

FONE

#0

dezembro 2024



P. 10

Paixão por música
ao vivo e cumplicidade
entre fãs vão longe juntas

P. 36

A nem tão nova face
do consumo de LPs

P. 70

20 anos depois, *Last.fm*
ainda é o momento

P. 86

Dores & delícias de
fazer a própria música

QUANDO O HORROR CANTA

Música vira personagem em *Verão Fantasma* e revela como o terror, o musical e vivências *queer* podem ser similares em um delicioso pesadelo tropical **P. 20**

@FONEREVISTA

FONEREVISTA.SUBSTACK.COM

FONE

*pra quem não
vive sem música*

Projeto gráfico & editorial

Jade Luckner
Luana Pillmann

Apuração, redação & edição

Jade Luckner
Luana Pillmann

Colaboradores

Ana Paula Voigt
Caroline Aranha
Edgar Fuck
Elisabeth Ebling
Lucas Lisboa

Ilustração

Beatriz Batisteli

Colagem da capa

Caroline Aranha

Diagramação

Jade Luckner
Luana Pillmann

Orientação & revisão

Ildo Golfetto

Esta edição da **FONE** foi desenvolvida como Trabalho de Conclusão de Curso, do curso de Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), no ano de 2024. Seu caráter é experimental, sem fins lucrativos e puramente acadêmico.

Os conteúdos e opiniões que compõem esta publicação são de inteira responsabilidade das acadêmicas Jade Luckner e Luana Pillmann, isentando assim a UFSC e o docente orientador, Ildo Golfetto, de qualquer responsabilidade legal relacionada a este produto.

ENTRE EM CONTATO
fonerevista@gmail.com

**QUERIDES
LEITORES,**

O potencial mais brilhante da música é a possibilidade que ela tem de ser ouvida sob sensibilidades diversas. Nesta primeira edição da **FONE**, celebramos um gênero musical que integra, enaltece e empodera mulheres, pessoas LGBTQIA+ e minorias sociais seja em discursos, através de artes explícitas, de subtextos artísticos ou mesmo das comunidades de fãs que são constituídas ao longo do tempo.

Estamos falando da música pop que, apesar de ter efervescido especialmente neste último ano, deve ser lembrada como um gênero histórico, repleto de representatividade. Mesmo sendo comumente resumido a um processo de produção de massas, em uma tentativa de limitá-lo ou inutilizá-lo, o pop pode ser, sim, instrumento de luta e resistência. Não só isso: pode contribuir na construção de identidades e, sobretudo, aproximar pessoas.

Quando Chappell Roan canta *I heard that there's a special place where boys and girls can all be queens every single day*, na música *Pink Pony Club*, sentimos seu desejo de chegar a um local metafórico (mas nem tanto assim) em que seja possível, a todes, expressarem-se e existirem livre e autenticamente, com segurança e alegria. Uma das vozes de mais destaque da música pop recente, a cantora *drag queen* tem alçado voos grandes e levado consigo as vozes de jovens mulheres e da comunidade LGBTQIA+.

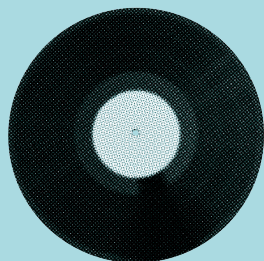
Nas próximas páginas, queremos que você se sinta em casa e que se divirta ao perceber como o pop está presente nas nossas vidas e ao nosso redor. Não só por ser motor de um mercado internacional multimilionário, por alimentar paixões que atravessam anos e movem artistas e fãs ou por ser personagem elementar de produções cinematográficas, mas, sim, porque, muitas vezes, é justamente nele que encontramos um lugar especial onde podemos ser *queens every single day*. Boa leitura :)



8



16



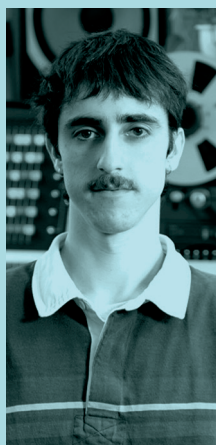
34



18



72



88

8

De fã para fã

72

20 anos depois,
Last.fm ainda é o momento

16

Apesar de tudo,
ser *fangirl* é bom demais

86

Indicamos

18

Quando o horror canta
[CAPA]

88

Dores & delícias de fazer
a própria música

34

Mais que música

98

Impressões sobre

66

Música aqui & ali

conteúdos

CURTA ESTA EDIÇÃO AO SOM

NO APP DO
SPOTIFY,
CLIQUE
NA CÂMERA
ACIMA DA
BARRA DE
PESQUISA
E ESCANEIE
O CÓDIGO
AO LADO:



DA NOSSA PLAYLIST ESPECIAL



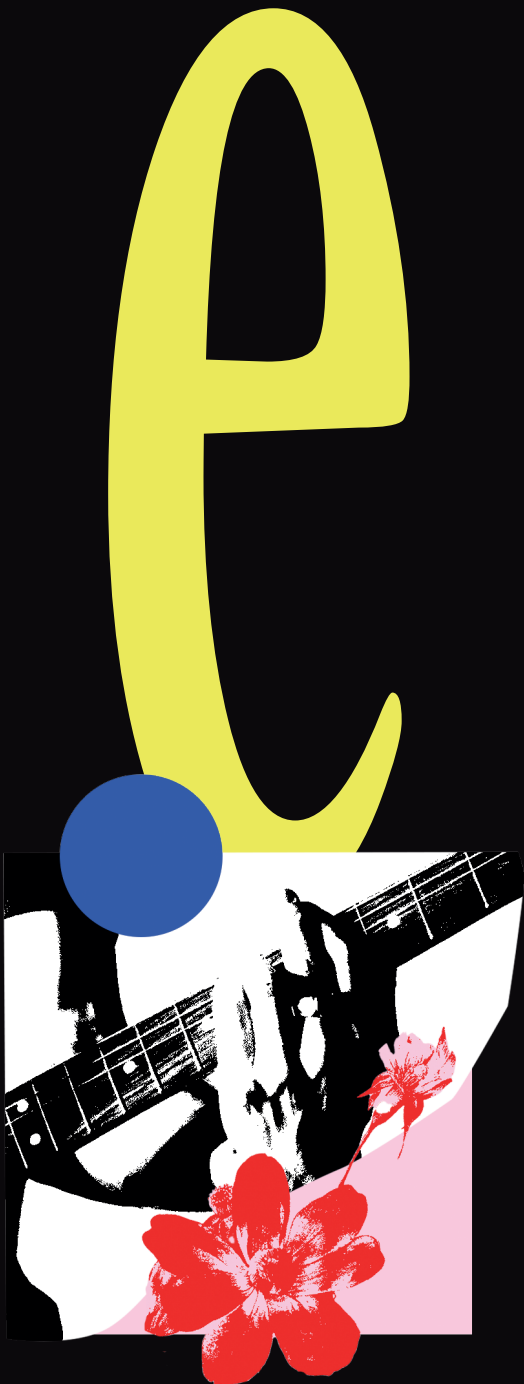


DE FÃ

Como a paixão pela música ao vivo e a cumplicidade entre fãs, aliadas ao poder das redes sociais, deram origem a um portal que cobre shows dos seus artistas favoritos fazendo com que você se sinta no meio da multidão

texto JADE LUCKNER & LUANA PILLMANN

PARA FÃ



Em 2022 nasceu o **We In The Crowd**, um portal criado por Carol Marins (25), Amanda Spindola (20), Mariana Fernandes (24) e Gabriele Montresol (26) que vem ganhando cada vez mais espaço entre quem curte coberturas de shows. O próprio nome já transmite a essência que o faz se destacar em relação aos outros veículos do tipo: é para fazer com que você se sinta na multidão com elas. E tem coisa melhor pra quem gosta de show? Não à toa, mais de 40 mil seguidores as acompanham no *Twitter* (atual *X*), *Instagram* e *TikTok*.

"Desde novinha, eu sempre gostei muito de cuidar de fã-clube. Eu sei o trabalho que é", nos conta Carol. "Quando você administra um fã-clube, você quer compartilhar o show inteiro com quem está acompanhando a conta". Isso acontece até mesmo quando não há integrantes presentes no evento, sendo necessário buscar postagens de perfis aleatórios que, muitas vezes, consistem em vídeos incompletos e de baixa qualidade — para quem é fã, cada pixel do seu ídolo é valioso.

Hoje, com acesso credenciado a grandes eventos



musicais no Brasil e Estados Unidos, onde Gabriele mora, a cobertura do *We In The Crowd* ganha força pela abrangência de artistas e na forma como transmitem o que estão vivendo nas apresentações ao vivo. "Eu acho que a gente mostra mais do que o básico", diz Mariana, quando perguntada sobre o que elas percebem de diferente quando comparado a outros portais.

"Quando a gente começou a fazer cobertura, quando criamos o site, obviamente já tinham vários outros sobre shows. Só que eram mais amplos. Nós focamos em música ao vivo. Queremos transmitir tudo o que conseguimos e, às vezes, tem o show todo nos nossos *stories* [no *Instagram*]", comenta Carol. "A nossa caixa de mensagens enche de pessoas agradecendo a transmissão. Fazemos mais do que pontuar *highlights* e atos essenciais que

acontecem nas apresentações, que é o que vemos nas outras coberturas".

ADVENTO DOS FANÁTICOS

Redes sociais sempre foram um dos principais pilares para as comunidades de fãs ao redor do mundo. Um dos grandes exemplos é o *Orkut*, que moldou boa parte das dinâmicas que observamos na *web* hoje: comunidades, fã-clubes, usar fotos de artistas no perfil, nomes fictícios... Em 2004, essas novas formas de relações virtuais contribuíram, inclusive, para que artistas alcançassem sucesso estratosférico.

Passados 20 anos, há ainda mais formas de ser fã online. Mesmo com heranças do *Orkut*, o *Instagram* e o *TikTok* mudaram o jeito das pessoas interagirem. O *Twitter**, apesar das polêmicas, toxicidade e bloqueios judiciais, ainda é, aos

*Optamos por não nos referir ao *microblog* como "*X*".

É tudo apoiado na cumplicidade entre fãs.



trancos e barrancos, o principal canal por onde *fanbases* se articulam e se comunicam entre si e com os ídolos.

Buscando por nomes de artistas seguidos de “Brasil”, por exemplo, encontramos infinitos perfis produzindo conteúdos em diversos formatos, como por exemplo *Taylor Swift Brasil*, *Chappell Roan Brasil*, *Frank Ocean Brasil*... Quem nunca acompanhou algum deles? Quem conhece alguém que foi (ou é) um administrador de um deles? Foi a partir dessa lógica de FCs — como fã-clubes são popularmente chamados — que o *We In The Crowd* foi criado.

Carol, Mariana, Amanda e Gabriele tinham experiência, pois atuaram nos FCs brasileiros da Alessia Cara e Shawn Mendes. Quando idealizaram o *We In The Crowd*, inclusive, já era para ser um veículo “de fã para fã” desde o início. A ideia surgiu da vontade e necessidade que sentiam em trazer para mais perto outras pessoas que pudessem curtir as mídias que elas faziam quando iam à shows.

Além do que postam nas redes oficiais do portal, parcerias são feitas com diversos fã-clubes para também compartilhar materiais de artistas específicos. Por exemplo, quando o *We In The Crowd* cobriu o show dos Jonas Brothers em São Paulo, em abril deste ano, tudo o que produziram foi dividido: parte para a cobertura do próprio *We In The Crowd* e parte para o pessoal responsável pelo *Jonas Brothers Brasil*.

“A gente chama FCs para fazer *collab*. Desde o momento em que sabemos que vamos para um show, já pesquisamos fã-clubes. É muito raro a gente cobrir algum artista que não tem fã-clubes brasileiro mas, se acontece, vemos quando são bem ativos e sabemos que podem gostar do conteúdo,

então, chamamos também. Tudo que a gente não usa sai como exclusiva deles”, explica Carol. Essas iniciativas são apoiadas na cumplicidade entre fãs, já que em nenhum momento cobram financeiramente pelos materiais.

HOBBY? FÃ. TRABALHO? IDEM :)

Apesar dos desafios de conciliar as obrigações da vida pessoal com o *We In The Crowd*, já que todos da equipe possuem outras responsabilidades — graduação em andamento, empregos formais etc. —, fica nítido na fala das administradoras o quanto se dedicam e se realizam com o que fazem. “A gente trabalha com uma coisa que a gente gosta. Minha mãe reclamava das minhas doidices de fã, mas hoje ela vê que vale a pena. A gente levou ela no show do Paul McCartney de graça por causa do *We In The Crowd*, é muito louco! E eu também fico muito feliz com as amigadas que tudo isso me trouxe, sou feliz demais com a minha vida de fã”, compartilha Mariana.

Toda essa dedicação, que começou informalmente em 2019 e se consolidou

Perguntamos à Amanda, Mari e Carol o que elas diriam para outros fãs. Confira abaixo!

AMANDA:

Desligue as vozes da sua cabeça, escute suas músicas favoritas e pense que isso vai te motivar a seguir seu sonho. Depois, lembra que precisa trabalhar no dia seguinte para juntar dinheiro. Com propósito, fica mais fácil.

MARI:

Realmente sigam os seus sonhos. Sintam a música, façam amizade pela música e acreditem que um dia vai acontecer. Comigo várias vezes não deu certo, quis morrer, mas hoje em dia estamos aqui.

CAROL:

Não liguem para julgamentos. Já ouvi muita besteira, principalmente mais nova. Agora tenho meu dinheiro para fazer as coisas e não tem preço. A memória é o que fica, as pessoas que você conhece, a realização que você tem. Viva ao máximo o quanto puder.



com o lançamento do portal em 1º de janeiro de 2022, fez com que o *We In The Crowd* crescesse e ganhasse reconhecimento a ponto de conseguir credenciamentos para cobrir eventos de grande porte como os festivais *Lollapalooza*, *The Town* e muitos outros shows.

Elas também marcam presença entre veículos do jornalismo tradicional em coletivas de imprensa dos artistas. Até o momento, o *We In The Crowd* já entrevistou nomes como Hozier, Fletcher, Boys Like Girls, The Maine, Giant Rooks, Plain White T's, The Last Dinner Party, James Bay, FLO, Alex Vaughn, Big Time Rush, TRI.BE, The Aces, Inhaler... A lista vai longe!

E se você está se perguntando como elas conseguem cobrir tanta coisa, a resposta é um misto de localização geográfica, muito trabalho em conjunto e uma dedicação absurda. Atualmente os membros que compõem a equipe, além das fundadoras, estão nas principais cidades que recebem shows no Brasil: São Paulo, Rio de Janeiro, Curitiba e Belo Horizonte, sem contar a Gabriela, que mora nos Estados Unidos,

Além das coberturas, também realizam sonhos.

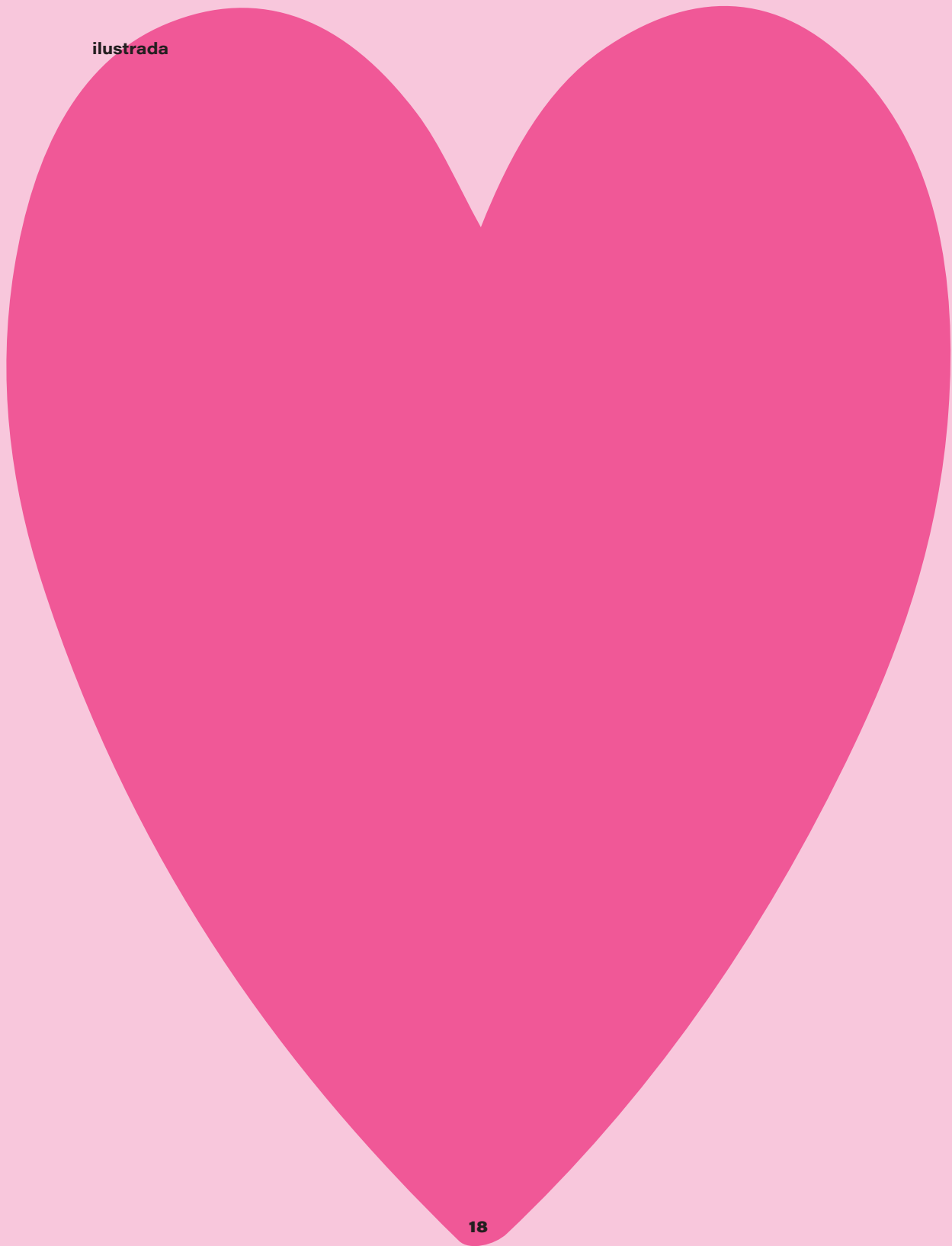
em Orlando — é ela, inclusive, a responsável por cobrir alguns dos shows mais marcantes da trajetória do portal, como o início das turnês *The Eras Tour* da Taylor Swift e *Future Nostalgia* da Dua Lipa, quando o Brasil ainda nem sonhava com datas locais.

Além das coberturas, quando há shows no país, o *We In The Crowd* participa de ações de fãs, como por exemplo a confecção de palhetas personalizadas para distribuir como *souvenir* nas filas que cercam as arenas e estádios país afora. Também são responsáveis por realizar sonhos, quando acontece de terem ingressos a mais e fazerem doações a quem não conseguiu adquiri-los. “Muita gente manda e-mail ou DM pedindo ingresso pra gente, mas infelizmente não conseguimos abraçar isso hoje em dia. Gostaríamos de levar mais gente, claro, mas ainda é muito pontual quando conseguimos”, explica Amanda.

Ainda assim, quando acontece, é emocionante: em 2022, no show do McFly no Rio de Janeiro, Carol contactou antecipadamente a equipe da banda, em nome do *We In The Crowd*, para pedir permissão para fotografar

a apresentação, e fez questão de pontuar que já tinha ingresso. Chegando lá, foi surpreendida com uma entrada para a Pista Premium. Com o ingresso sobrando, avisou o pessoal do portal para divulgarem nas redes, e foi ao banheiro no meio tempo. Assim que saiu, encontrou uma fã da banda a esperando. “Ela tremia, me abraçava, chorando, falava que ia conseguir assistir o show com a amiga dela. Foi muito emocionante. Eu sei qual é esse sentimento, sabe?”, relembra Carol.

A identificação que perpassa quem constrói e quem consome o *We In The Crowd* é o que faz com que as administradoras permaneçam focadas e motivadas, já que não é fácil manter um portal não monetizado e que carece de parcerias maiores. “Tem vezes que a gente abre nossas mensagens depois de transmissões e há pessoas de outra parte do mundo falando ‘obrigada, me senti no show com vocês’”, lembra Carol. Amanda completa dizendo que todo mundo da equipe é fã de alguém — “Não é ‘só’ gostar de música. Temos esse histórico de fã-clubes. Então sabemos como é importante. E vamos continuar fazendo”.



Exploramos o processo de união entre o melhor de dois mundos — cinema e música — em uma obra de terror LGBTQIA+ com um dos nomes em efervescência no Brasil: o cineasta Matheus Marchetti

QUANDO O

HORROR

texto JADE LUCKNER & LUANA PILLMANN

CANTA



“Dizem que há muitos anos, um naufrago foi encontrado em nossas águas. Ninguém sabe da onde ele veio, e nenhuma palavra saía da boca daquele estranho misterioso, mas logo ele conquistou os moradores. Não através de palavras, mas sim através da música. Ele tocava todo e qualquer instrumento que tivesse pela frente, enfeitando a todos com suas encantadoras melodias. O povo da vila passou a se referir a ele como ‘O Maestro’”...

...É assim que o vilão do filme *Verão Fantasma* (2022) é apresentado ao espectador. O longa-metragem assinado pelo jovem cineasta Matheus Marchetti (29) é um musical de terror *queer* cheio de personalidade que tem como norte principal a música — não só como componente da linguagem cinematográfica, mas ela é personagem, artifício e objeto de catarse.

Produzido do início ao fim de forma independente com um orçamento de R\$ 100 mil, a história gira em torno dos jovens adultos Lucas e Martin que se apaixonam enquanto investigam o desaparecimento de um garoto local. Mas o romance florescente dos protagonistas é ameaçado por forças sinistras que espreitam sob uma idílica paisagem litorânea em algum lugarejo do Brasil.

A trama é embalada ao som de lindas óperas, músicas eletrônicas, baladas e também com voz e violão. A noite, a música e o oceano são os pontos centrais da história, que é conduzida por 21 canções originais — parte da trilha oficial do filme. Produzidas exclusivamente para compor o longa, as letras foram escritas por Marchetti e a composição musical ficou por conta dos produtores independentes André Zappalenti e Nicolas Stenzel, que também é produtor do álbum completo.

Inspirado nos filmes italianos dos anos 1980, nos *giallos*, nos *slashers* dos anos



O elemento da música é sempre muito importante para mim, mesmo quando o filme não é musical.

1990 e nos teatros de ópera, *Verão Fantasma* mostra a que veio já nos primeiros segundos de filme. Fica nítido para o espectador que a música está engendrada na história, não como uma mera ferramenta, mas como parte essencial da narrativa.

O longa acompanha a personagem Martin, que se esconde na casa de sua tia falecida, Hilda, uma classuda cantora de ópera. A mulher parece espreitar o local e as memórias do menino, carregadas pelo fúnebre som das canções entoadas pela tia. Ainda no começo do filme, a prima de Martin, Alice, invade a casa com um grupo de amigos e seu namorado. Decididos a passar os dias ali, desejam curtir o verão completamente apartados do mundo lá fora.

Lucas, o outro protagonista da história, se embrenha na casa de Hilda, ao léu, depois de sonhar aleatoriamente com o lugar. Os dois rapazes se conectam e decidem investigar o desaparecimento de um antigo amor de Martin, um garoto local que sumiu sem deixar rastros há alguns anos. A partir daí, tudo acontece. Tudo mesmo.

MÚSICA COMO DIÁLOGO

Na primeira parte de *Verão Fantasma*, as músicas cantadas combinam com o *momentum* da cena e não necessariamente se caracterizam como o padrão de um filme musical — onde os diálogos são entoados pelos atores. Os personagens cantam, em alguns contextos, e casualmente tocam violão ou piano. O que embala os momentos nostálgicos são óperas, profundas e viscerais, que dão um tom de melancolia. Em determinado momento, o pandemônio é instaurado e a música, como um vírus, infecta os personagens. A música, então,

torna-se o diálogo. De forma catártica, o que os espreitava toma conta, e as sequências musicais aterroradoras hipnotizam o espectador e o conduzem ao trágico desfecho do longa-metragem.

Todo esse desenrolar é composto por diferentes gêneros musicais, apesar de ter como apoio principal as óperas — no filme, ouvimos voz e violão, pops eletrônicos quase frenéticos e baladas que se misturam à narrativa e às atuações. Fazendo jus ao *slogan* que estampa o pôster oficial do filme, “um pesadelo tropical”, fica evidente a convicção de Marchetti sobre a trilha sonora ser essencial na hora de se pensar uma obra audiovisual. “O elemento da música é sempre muito importante para mim, mesmo quando o filme não é musical”, afirma o cineasta.

É importante dizer que, inicialmente, *Verão Fantasma* não foi idealizado para ser um musical, mas o processo de torná-lo um se deu naturalmente, pois algumas canções originais já seriam produzidas. Planejado para ser filmado em 2020, o longa foi impactado pela pandemia de Covid-19



e o processo de produção foi freado, o que possibilitou uma revisão mais minuciosa do projeto. “*Verão Fantasma* cresceu muito nesse período. Foi quando pensei que transformá-lo num musical seria um diferencial”, relembra Marchetti.

A partir daí, começaram as conversas com o produtor musical Nicolas Stenzel para a criação das trilhas. A ideia do cineasta foi fazer uma brincadeira com os gêneros de terror e musical. “Justamente para fazer uma alusão à aversão que existe entre os fãs de horror que odeiam musicais, pensei no que seria mais assustador para eles: um número musical. Então o horror no nosso filme se manifesta através das músicas.”

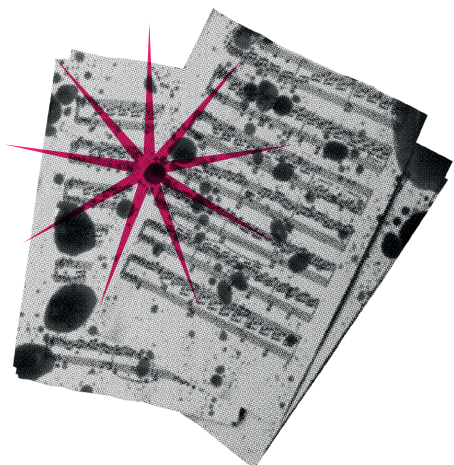
Com uma estrutura clássica de *slasher* dos anos 1980 — subgênero de filmes de terror em que um assassino persegue e mata um grupo de pessoas, geralmente adolescentes —, os jovens de *Verão Fantasma* invocam uma força do mal e vão morrendo um a um. “A minha ideia foi que a morte dos personagens fosse performada por números musicais, mas deixando o fator cômico um pouco de lado. Eu queria

que a música tivesse uma certa seriedade. Por isso mesmo, um dos nortes musicais do longa são as óperas já que, historicamente, muitas são histórias de puro terror”, justifica Marchetti, referenciando peças de ópera como *Fausto*, de Charles Gounod, e *Don Giovanni*, de Mozart, que abordam o sobrenatural de forma dramática e assustadora.

Além destas inspirações, o subgênero italiano *giallo* também se faz presente em *Verão Fantasma*. Considerado precursor dos filmes *slashers* estadunidenses, os *giallos* misturam elementos do terror e do mistério para apresentar assassinos em série e mortes extravagantes, com uma iluminação característica marcada por cores fortes que contrastam com as cenas soturnas. A palavra *giallo* (amarelo, em italiano) faz referências aos livros de *thrillers* publicados com capa amarela na Itália, na década de 1930.

Em *Verão Fantasma*, a iluminação se apresenta de forma compassada com os ritmos tocados na trilha sonora e transita entre sentimentos e intenções: de um azul neon lânguido acompanhado pelo som tranquilo do piano e violão à derradeira metade do longa demarcada por uma cena de festa na casa de verão banhada em rosa brilhante. A cor combina com a atmosfera de flerte e vivacidade que envolve Martin e Lucas ao performarem um dueto da canção *A Lenda*, da dupla Sandy e Junior, que antecede o primeiro beijo deles.

Marchetti conta que, desde o início, a premissa era fazer o casal deslanchar ao som de uma música famosa, e as ideias flutuaram entre *Super Trouper* do ABBA, uma versão forró de *Total Eclipse Of The Heart*, cantada pela banda de forró



Para fazer uma alusão à aversão que existe entre os fãs de horror que odeiam musicais, pensei no que seria mais assustador para eles: um número musical.

A gente queria fazer algo bem *kitsch*. Pensamos ‘o que pode ser extremamente homossexual para eles cantarem?’

eletrônico Caviar com Rapadura e *Lua de Cristal*, da Xuxa. “A gente queria fazer algo bem *kitsch*. Pensamos ‘o que pode ser extremamente homossexual para eles cantarem?’”, brinca o cineasta.

As opções foram excluídas por conta dos direitos autorais e das complicações que cada uma delas demandaria. No fim, a escolha surgiu em conjunto com um dos atores principais, Bruno Germano, que interpreta Martin. Ansioso para cantar a música da dupla de sucesso dos anos 1990, ele ensinou a letra para o colega de cena, João Felipe Saldanha, o Lucas, e em pouco tempo estavam prontos para contracenar. “Essa foi a cena mais divertida de filmar. Foi muito mágico e eu fico muito feliz por este ser um dos momentos mais comentados”, afirma o diretor.

A miscelânea de gêneros musicais apresentada em *Verão Fantasma*, marcada por momentos como os da festa, segundo Marchetti, foi intencional. “Apesar da diversidade de músicas, as óperas são o fio condutor do filme, e representam algo antigo, ancestral”, ele pontua. “Você tem um grupo de jovens numa casa de praia. Eles são muito contemporâneos em tudo, e de repente tem o elemento da ópera que não parece pertencer àquele lugar.”

Dentre cenas musicadas de rotina, de planos imaginários e de morte, os compositores e produtores envolvidos na trilha do filme se dividiram. “O André [Zappalenti] cuidou da parte das músicas clássicas, o lado erudito, e o Nicolas [Stenzel] focou na parte mais pop. Eu escrevi as letras e eles criavam as músicas em torno disso. Em alguns casos eu peguei músicas que eles já tinham criado

e coloquei letras para aquelas melodias”, explica Marchetti.

O processo de gravação da parte musical ocorreu um mês antes das filmagens iniciarem e então, no set, os atores dublaram e interpretaram suas próprias canções. A seleção do elenco foi feita com base em artifícios musicais, e várias etapas de testagem foram seguidas para encontrar os atores cantores que comporiam o elenco. Com exceção da atriz que interpreta a tia Hilda, Tuna Dwek, que foi dublada pela atriz que interpreta a mãe de Martin, Natacha Wiggers, todos os atores cantam suas próprias canções.

FILMES DE TERROR E MUSICAL

Para Marchetti, ambos os gêneros-chave de *Verão Fantasma* — o terror e o musical —, podem ser subversivos e promover, de forma criativa, um olhar específico em cima da realidade. “São dois gêneros muito catárticos e, se você parar para pensar, uma boa cena de terror, uma boa sequência de morte é tão coreografada, tão dramática e teatral quanto uma sequência de música”.



Isso se comprova na trama principal da obra de Marchetti: Lucas e Martin se apaixonam e vivem a explosão da paixão em um recanto amaldiçoado. Afastados dos perigos da sociedade e dos núcleos que os oprimem, descobrem-se diante de um pesadelo tropical e, apesar disso, encontram algum conforto no sobrenatural.

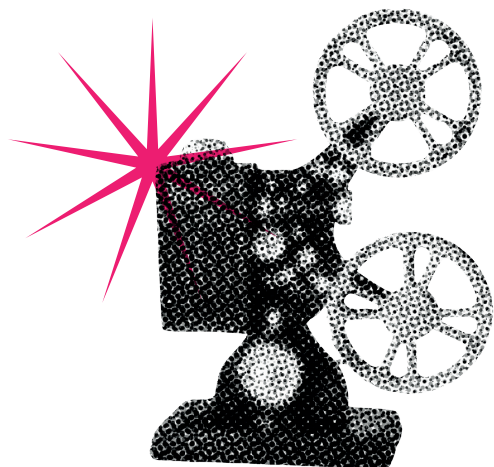
Quando criança, os pais e familiares de Marchetti o estimulavam a conhecer mais a sétima arte. O interesse pelo terror, especificamente, foi impulsionado pelo magnetismo das capas de filmes que via nas locadoras e, apesar da curiosidade incentivada, era um gênero que causava resistência nos seus pais, que não o deixavam assistir as narrativas violentas produzidas na época. Depois de muita insistência, no entanto, deu certo: os clássicos *Nosferatu* (1922, de Béla Lugosi) e *Psicose* (1960, de Alfred Hitchcock) foram apresentados a ele. Ao mesmo tempo, com a parceria de seu pai, ele descobriu os musicais. As animações clássicas da *Disney* eram sempre reproduzidas em VHS na sua casa, mas foi *Moulin Rouge*, do diretor Baz Luhrmann, o

primeiro *live-action* musical que chamou sua atenção e o envolveu completamente.

Ainda no Ensino Fundamental, o pequeno Marchetti se juntou a amigos e fizeram regravações caseiras, com uma câmera gravadora de sua mãe, de clássicos como *O Iluminado* (1980, de Stanley Kubrick), *O Fantasma da Ópera* (1990, de Joel Schumacher) e *Tubarão* (1975, de Steven Spielberg). As experimentações seguiram durante a adolescência, fazendo com que o atual cineasta se aproximasse da dramaturgia como espectador e artista. Dirigiu algumas peças, todas musicais, até que a decisão de se profissionalizar foi tomada e, em 2017, se formou em Cinema pela Fundação Armando Alvares Penteado (FAAP), em São Paulo.

Desde então, Marchetti criou peças teatrais e curtas metragens que permeiam os gêneros de terror e musical, sempre entrelaçando a temática LGBTQIA+ nas produções. A escolha por trabalhar com estes estilos, segundo ele, se dá pela similaridade de forma dos gêneros e porque ambos estão intrinsecamente ligados à comunidade LGBTQIA+. "O musical atrai um público muito *queer* com ele, mesmo quando não está lidando com a temática diretamente. Essa linguagem expansiva, teatral, dramática e todo o melodrama das narrativas tem muito a ver com expressão de gênero e sexualidade enquanto forma, às vezes mais do que como conteúdo."

Isso é uma reflexão presente inclusive em análises do teórico e crítico de cultura Douglas Kellner, que afirma que as produções culturais fornecem recursos para a construção de identidades. Através dos espetáculos, imagens e narrativas, é possível transcodificar lutas sociais existentes e, a



Uma boa sequência
de morte
é tão coreografada,
tão dramática e teatral
quanto uma sequência
de música.

Especialmente no terror, o subtexto é frequentemente abraçado pelas minorias de gênero e a comunidade LGBTQIA+.

partir daí, textos e subtextos de representatividade ganham corpo e, então, interpretação do público. Especialmente no terror, o subtexto é frequentemente abraçado pelas minorias de gênero e a comunidade LGBTQIA+, que veem muito de suas lutas e dores nas tramas dos filmes, sejam nos vilões ou nos mocinhos.

Para Marchetti, a música do filme, especialmente o canto lírico, pode ser usada tanto para o bem quanto para o mal, como um feitiço. Em um momento da narrativa, a prima e Martin conversam, saudosamente, lembrando como a sua tia Hilda dizia que eles tinham que cantar para espantar o mal. “No final do filme a música se apresenta totalmente como essa dicotomia, em dois aspectos diferentes”, pondera o diretor.

PRODUÇÃO DE CINEMA INDEPENDENTE NO BRASIL

Verão Fantasma foi concebido de forma totalmente independente. Apesar de ter sido inscrito em alguns editais de Lei de Incentivo, o projeto não foi contemplado. Ainda assim, a dificuldade de angariar o financiamento não impediu o cineasta de seguir com o objetivo de dar vida ao roteiro.

Marchetti conta que parte do orçamento para a produção veio de uma campanha de financiamento coletivo virtual, outra de patrocínios e parcerias e uma porção saiu de sua reserva pessoal. “O filme, em termos de uma produção de baixo orçamento no Brasil, foi barato. Parece muito, mas para o que fizemos é ridiculamente pouco”.

A produtora audiovisual Marina Rodrigues explica que, no Brasil, para um filme ser considerado independente, precisa ter sido financiado por um edital público

de fomento direto. Filmes financiados por conglomerados de mídia se encaixam automaticamente como produções de *blockbuster*, independente de orçamento. Marina é a fundadora do projeto *Simplificando Cinema*, que pretende desvendar assuntos do mercado executivo do audiovisual brasileiro na internet. Focada em políticas públicas no audiovisual, a profissional aborda temas burocráticos e mercadológicos sobre a sétima arte.

Verão Fantasma e outros projetos de Marchetti foram submetidos a editais, sem êxito. Depois de cerca de sete anos trabalhando oficialmente na indústria cinematográfica, o diretor considera a produção de cinema no país ainda precária. “O que o governo Bolsonaro fez foi um rombo tão absurdo e vai demorar muito para se recuperar o que foi perdido”, desabafa.

Além de ter extinguido o Ministério da Cultura, o ex-presidente “secou” consideravelmente as fontes de financiamento culturais do Brasil. De 2018 a 2022, o governo da extrema-direita diminuiu quase um terço



das despesas executadas pela Agência Nacional do Cinema (Ancine). Foram de R\$ 154 milhões, em 2018, para R\$ 109 milhões em 2022. Os projetos aprovados pela Lei Rouanet também diminuiriam mais de 40% nestes quatro anos, tendo sido aprovados cerca de 12 mil projetos, quando, em comparação, no governo Dilma, 20,8 mil foram cancelados em busca por patrocínio. Dois de cada cinco projetos deixaram de receber o incentivo federal. Não bastando isso, as despesas do governo “da família, da moral e dos bons costumes” para o fomento de projetos culturais caíram quase 65% nos quatro anos de mandato, indo de R\$ 245 milhões no fim do governo Temer para R\$ 89,5 milhões.

Para Marina, o cenário da produção audiovisual no Brasil ainda tem um longo caminho de progresso a ser percorrido. “Hoje ainda temos um cenário muito arrasador, mesmo o governo Lula tendo voltado com alguns editais. A reativação da Ancine está ocorrendo só neste ano de 2024. É um momento de reconstrução do que a gente tinha”. A produtora executiva observa que por conta do enfraquecimento das políticas públicas voltadas ao audiovisual, o mercado dos *streamings* teve uma



ascensão significativa e as produções nacionais tiveram que se voltar à lógica dos catálogos. “Isso limita o tipo de trabalho que é feito. E os filmes brasileiros que são feitos para *streaming* geralmente tem que se adequar a certos pré-requisitos estrangeiros”, lamenta Marchetti.

Marina argumenta que isso se dá pois, com a falta de regulamentação das plataformas de *streaming* no Brasil, o principal interesse é a compra de projetos de fácil projeção em países diferentes. “Você precisa trazer um projeto que tenha uma história muito ampla que eles consigam estereotipar ao ponto de conseguir vender essa narrativa facilmente para audiências de fora, especialmente dos Estados Unidos”.

E não acaba aí: o número de produções brasileiras assinadas por plataformas de *streaming* ainda é baixo. Em 2023, a Ancine revelou, por meio da pesquisa *Panorama do Mercado de Vídeo por Demanda*, que as plataformas de *streaming* disponíveis no Brasil contabilizam apenas 11% de seus acervos. A análise considera mais de 60 mil títulos disponíveis na modalidade por assinatura para o público e mais de 23 mil oferecidos na modalidade transacional, de aluguel ou compra.

“Eu acho que o cinema brasileiro tem uma coisa riquíssima que vem do sistema das bordas, do cinema que é feito com muito pouco. Isso vem desde sempre, do cinema da *Boca do Lixo* [em São Paulo entre 1960 e 1980] e do *Cinema Marginal* [No Rio de Janeiro e em São Paulo durante a ditadura militar]. Acredito que é o que temos de mais interessante por ser subversivo e ser além das demandas do mercado”, analisa Marchetti.

O cinema brasileiro tem uma coisa riquíssima que vem do sistema das bordas, do cinema que é feito com muito pouco.

MAIS **que** MÚSICA

texto
EDGAR FUCK
JADE LUCKNER
LUANA PILLMANN

CAPAS DE DISCOS DE VINIL REVOLUCIONARAM A INDÚSTRIA FONOGRÁFICA EM 1940 E SEGUEM, ATÉ HOJE, INFLUENCIANDO A CULTURA POP

Você tem algum LP em casa? E um toca-discos?

Por incrível que pareça, as respostas para estas perguntas nem sempre têm correlação. É verdade que as receitas com vendas de discos de vinil cresceram 136% no Brasil em 2023, de acordo com um relatório da *Pró-Música*, entidade que reúne as maiores gravadoras do país. Mas será que todos esses discos são adquiridos para cumprirem sua função primordial de *serem ouvidos*? Nos últimos anos, a experiência estética no consumo de música se intensificou a ponto de motivar edições de luxo, relançamentos de edições clássicas e, muitas vezes, estão mais presentes nas prateleiras de colecionadores e fãs do que girando nas vitrolas. Fomos atrás de entender o que está por trás desse número histórico, afinal, discos de vinil sempre foram clássicos, mas é a primeira vez que superam as vendas de CDs e DVDs musicais, alcançando R\$ 11 milhões de faturamento só no ano passado. Te damos um *spoiler*: as artes das capas têm *muito* a ver com isso.



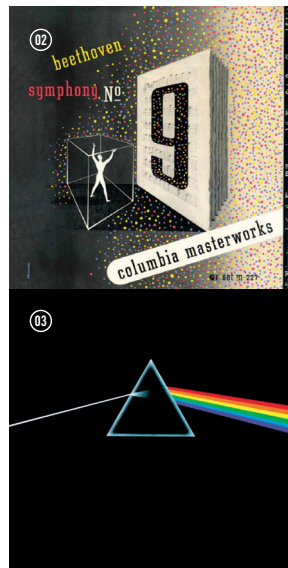
DE EXPERIÊNCIA À PRODUÇÃO À ÍCONE

Antes das gravações musicais serem possíveis, artistas e público tinham compromissos um com o outro em apresentações ao vivo para, exclusivamente, se desfrutarem. Os shows tinham hora para acabar, por mais incríveis que fossem. A partir do momento em que se pôde gravar a performance, superando a efemeridade do momento, o consumo musical foi totalmente revolucionado. A complexidade das mudanças em torno da indústria musical a partir das gravações resultou na criação de uma necessidade, algo que o público nem sabia que tinha: comprar música. Se a possibilidade de ter em mãos a gravação

de uma banda ou música querida já era cativante, imagine como essa aquisição se tornou ainda mais significativa a partir da criação das capas dos discos, na década de 1940 nos Estados Unidos.

O responsável por dar destaque à importância da união entre o visual e o sonoro das obras foi o designer da *Columbia Records*, Alex Steinweiss. Em 1940, ele criou a primeira capa de disco trabalhada graficamente para o álbum *Smash Song Hits by Rodgers and Hart*. Na sequência, desenvolveu o projeto gráfico para o relançamento da Nona Sinfonia de Beethoven, cujas vendas superaram a da edição anterior em 894% em seis meses. Isso fez com que a gravadora reconhecesse e confirmasse que a qualidade do aspecto visual do trabalho gráfico havia reconfigurado o valor do disco enquanto bem de consumo.

A partir daí, o que as capas fizeram foi transformar o disco em um produto com lugar especial nos pontos



de venda, afirma André Rezende, designer gráfico, professor da Universidade Estadual de Campinas (Unicamp) e pesquisador cujo trabalho tem foco na história das capas dos discos 78 RPM — os bolachões. Já não eram mais embalagens de papel kraft com marcações tipográficas do título da obra que envolviam os álbuns para ser uma peça qualquer nas prateleiras das lojas. Quando se começou a aproveitar a maior superfície do disco, a dimensão física do suporte ganhou destaque e passou a seduzir os compradores.

“A capa de disco era chamativa, podia ser exposta nas vitrines e passou a ser colecionável. A ideia do colecionismo de disco

também pelo apelo estético estava sendo criada e, com o advento da fotografia, também chegava a questão dos ídolos”, frisa Rezende.

Desde então, as capas foram fundamentais para a representação musical dentro da cultura pop. É o caso das clássicas *Dark Side of the Moon* do Pink Floyd (1973) e *Nevermind* do Nirvana (1991), por exemplo. No Brasil, podemos citar as



Em 1940, surgiu a primeira capa de disco trabalhada graficamente. Na sequência, o projeto gráfico de relançamento da Nona Sinfonia de Beethoven atingiu recordes de vendas.

artes dos discos *Índia*, de Gal Costa (1973), *Alucinação*, de Belchior (1976) e *Nervos de Aço* (1973), de Paulinho da Viola. São obras que perpassam gerações e permanecem impactando musicalmente — e visualmente — a cultura popular.

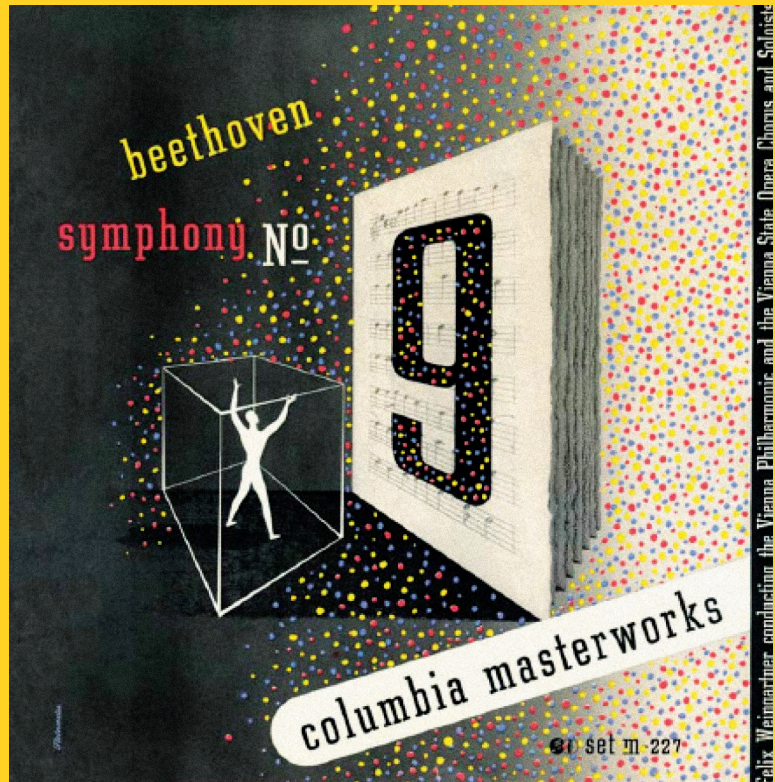
Lançamentos recentes também buscam seguir a lógica de um projeto gráfico que espelhe a sonoridade dos álbuns, iniciada por Steinweiss décadas atrás. *Renaissance* de Beyoncé e *brat* de Charli XCX são só alguns exemplos: as linguagens visuais não apenas catalisaram a experiência de consumi-los, como também intensificaram (e muito!) o engajamento e identificação das pessoas com as obras e as próprias artistas. Quem aí não entrou na onda do *brat summer*?

HISTÓRIA FEITA EM 31X31CM

Depois que o apelo visual das capas se consolidou, a partir dos anos 1950, o suporte físico dos discos se tornou campo de experimentação e exploração estéticas. As tendências foram

01: *Smash Song Hits by Rodgers and Hart* (Rodgers & Hart, 1940). 02: *Nona Sinfonia de Beethoven* (Beethoven, 1940). 03: *Dark Side of The Moon* (Pink Floyd, 1973). 04: *Nevermind* (Nirvana, 1991). 05: *Índia* (Gal Costa, 1973).



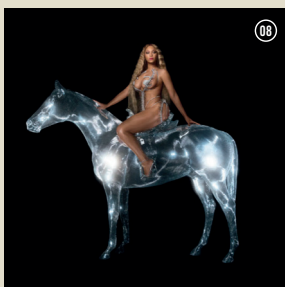




acompanhando os avanços tecnológicos e de imprensa e hoje em dia é possível observar a transição das linguagens estampadas.

No Brasil, o trabalho de fazer capas foi incorporado primeiramente por profissionais de outros ofícios, como artistas plásticos das Academias de Belas Artes e artistas gráficos que saíram do mercado editorial. Por esta razão, havia predominância de um teor comercial nas primeiras artes elaboradas até que, em 1954, o pintor Di Cavalcanti fez história ao ilustrar *Sambas de Noel Rosa*, um disco de 78 RPM gravado e interpretado por Aracy de Almeida. A cantora, que viria a ser conhecida como a maior intérprete de Noel, buscava resgatar as composições do sambista, que havia caído no ostracismo após sua morte em 1937.

Para o pesquisador Rezende, é nesta capa que se pode observar as primeiras referências às composições presentes no álbum, podendo ser classificada como um tipo de capa *interpretativa*.

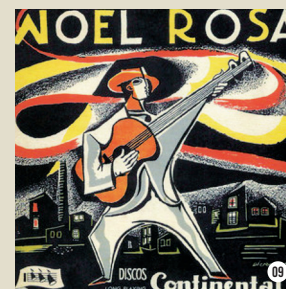


06: *Alucinação* (Belchior, 1976). 07: *Nervos de Aço* (Paulinho da Viola, 1973). 08: *Renaissance* (Beyoncé, 1973). 09: *Sambas de Noel Rosa* (Aracy de Almeida, 1954). 10: *Nara* (Nara Leão, 1964). 11: *Maysa* (Maysa, 1964).

“Lá atrás, no lado esquerdo inferior, tem uma chaminé. Essa chaminé tá na letra de uma música que é *A chaminé da fábrica de tecidos*. Aí as casinhas da direita são as casinhas de Vila, que é da Vila Isabel, sobre a qual ele cantava. E essa nuvem atrás dele a gente pode interpretar como a nuvem do feitiço da Vila... Então tem essa interpretação mais artística a partir dos símbolos que a própria letra da música traz”.

Paralelamente, nos Estados Unidos, a década de 1950 abria muitas possibilidades com o advento da impressão fotográfica. Junto a esse fenômeno, a música era tida como uma das principais veiculadoras do discurso moderno pós Segunda Guerra. Assim, movimentos como o expressionismo abstrato e artes conceituais foram sendo cada vez mais valorizados.

O eco chegou ao Brasil e a César Villela foi o responsável por propor um caminho completamente diferente para as artes das capas até então. Para ele,



Quando se começou a aproveitar a maior superfície do disco, a dimensão física do suporte ganhou destaque e passou a seduzir os compradores.

a ideia era: tirar o excesso e manter só o essencial. O designer da gravadora brasileira *Elenco* acreditava que, no fim dos anos 1950, as capas de LPs continham muita informação, causando ruído visual. Dessa forma, seu trabalho foi eternizado pela estética única, trabalhando fotografias em preto e branco com alto contraste, beirando o abstrato. “É como se a imagem estivesse estourada de luz. Não tem cinza ou meios-tons: ou é preto, ou é branco”, destaca Rezende.

STRIP TEASE DE EMBALAGEM

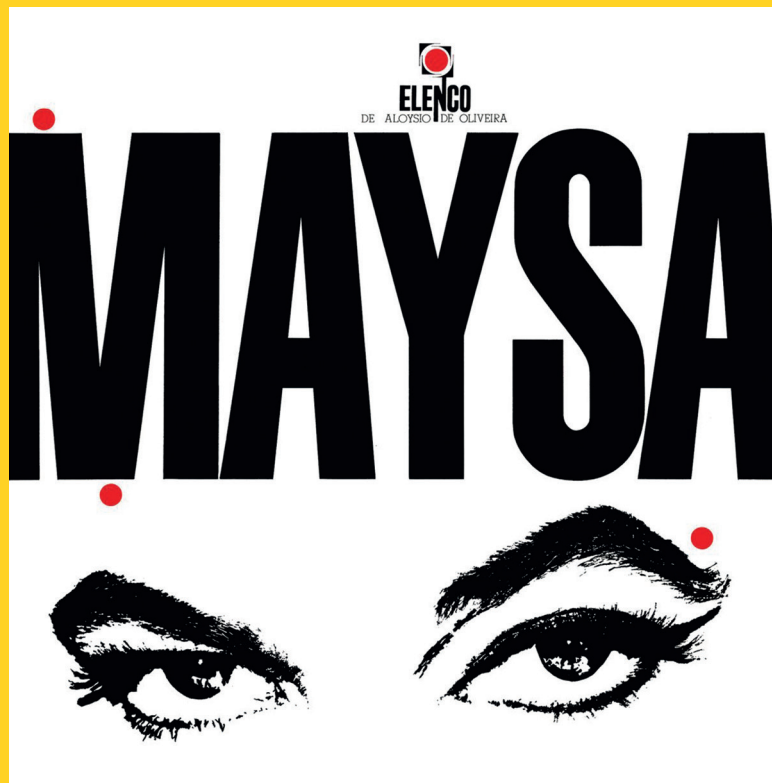
De um lado, artistas plásticos, fotógrafos e designers gráficos viram as portas serem abertas para mostrarem seus trabalhos e ideias nas capas. De outro, o público entusiasta ansiava pelas novidades. Nesse ritmo, foi se criando uma noção de embalagem e design de embalagem até então inéditas para essas mídias. “A gente presume que o disco precisa de um embrulho para não riscar ou quebrar que,

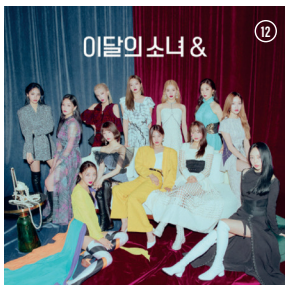


por sua vez, tem que estar dentro de outro pacote que vai proteger para não ser danificado, e assim sucessivamente”, afirma Rezende.

Isso introduziu o mundo à ideia que hoje temos de *unboxing* e que o pesquisador compara com um *strip tease*: “Você vai tirando, tirando, até chegar no ponto onde há o que você quer consumir, né? Então essa experiência até você chegar nele pode ser uma provocação e criar outras expectativas como experiências complementares”.





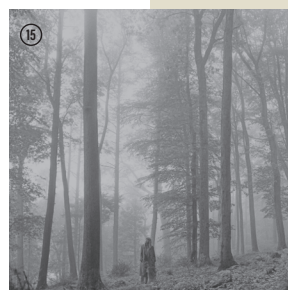
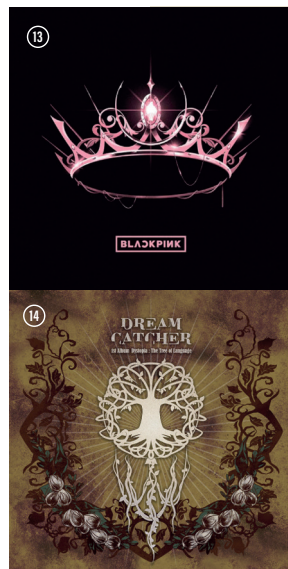


Hoje, um ótimo exemplo são as edições especiais compostas por conjuntos de itens além dos discos e CDs, muito marcante na cultura K-Pop, que desde os primeiros lançamentos apresentou à indústria uma forma específica de divulgação e venda de álbuns. A característica principal é serem verdadeiros itens colecionáveis e, para isso, sua distribuição inclui elementos personalizados para potencializar a experiência dos fãs. Não se trata de uma regra, exatamente, e a composição dos kits varia de acordo com os artistas e grupos.

No geral, o que se encontra dentro das caixas decoradas que abrigam os álbuns de K-Pop são: o CD com as músicas do álbum; o *photobook*, um livro de

fotografias de todos os integrantes do grupo cujo tamanho pode variar; as *photocards*, pequenas e únicas fotos de um(a) integrante, com assinatura na parte de trás, muito disputadas e procuradas pelos fãs; o pôster, que varia entre mini fotografias ou até impressões de quase um metro de comprimento; e alguns adicionais, podendo ser livretos com as letras das músicas, outros formatos de fotos, como *polaroids*, e cartelas de adesivos, por exemplo.

Assim, repetem uma fórmula de encartes e pôsteres, trazendo agora adesivos, revistas, livretos, discos compactos ou um conjunto de CD + LP. Todos esses elementos são pensados de forma a se complementarem esteticamente. Neles, há um trabalho de design gráfico e de direção de arte herdado lá de trás, quando as primeiras primeiras capas de Steinweiss se diferenciavam justamente pela consciência da finalidade de seus usos e a forma como



isso se destacava entre os outros trabalhos.

Os grupos de K-Pop não são os únicos a comercializar encartes especiais para fãs. No ocidente, uma das estrelas pop mais conhecidas por extrapolar o “conteúdo exclusivo” de vinis é Taylor Swift. Ao longo de sua trajetória, a artista compreendeu a força que artigos colecionáveis podem desempenhar na construção de conexões com a *fanbase*. Atualmente, a cantora é conhecida pelas diversas versões de vinis de seus álbuns. Inclusive, um dos primeiros resultados quando se busca a palavra “Vinil” é “Vinil Taylor Swift”.

Em 2020, no auge da pandemia de Covid-19, Swift lançou o álbum *folklore*, com

oito variações de vinis. As edições possuíam capas alternativas com fotos e títulos diferentes para cada versão. Além disso, uma opção *deluxe* também foi disponibilizada, com o diferencial de uma faixa bônus ao fim da *tracklist* original. O sucesso foi estrondoso, todas as versões do álbum

totalizaram 846 mil cópias apenas no primeiro mês após o lançamento. Esse *modus operandi* continuou nos lançamentos posteriores da artista, que até 2024 já lançou 11 álbuns, dentre originais e regravações, quase sempre com diferentes versões de capas para alguns deles.

O lançamento de seu 10º álbum de estúdio, *Midnights*, em 2022, também foi marcado pelas múltiplas opções de vinis que, quando posicionados nas contracapas, em forma de grade, formavam um relógio analógico. Parte da estratégia de marketing do álbum, isso fez com que muitos fãs adquirissem *todos* eles — na semana de estreia, todas as versões faturaram 1,1 milhão de dólares. Importante ressaltar que estes discos alternativos nem sempre trazem mudanças na parte sonora do álbum, o que deixa evidente como a arte da capa é hipervalorizada por este público.

Nos anos seguintes, artistas como Lana Del Rey,

De um lado, artistas plásticos, fotógrafos e designers gráficos viram as portas serem abertas para mostrarem seus trabalhos e ideias nas capas. De outro, o público entusiasta ansiava pelas novidades.

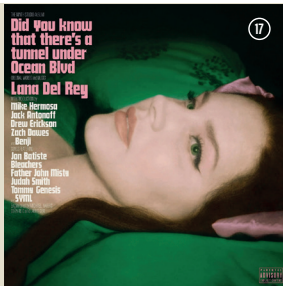
12: [&] (LOONA, 2021). 13: *The Album* (Blackpink, 2021). 14: *1st Album [Dystopia: The Tree of Language]* (Dreamcatcher, 2020). 15: *folklore* (Taylor Swift, 2020). 16: *Midnights* (Taylor Swift, 2022).

Midnights



Lavender Haze
Maroon
Anti-Hero
Snow On The Beach
You're On Your Own, Kid
Midnight Rain
Question...?
Vigilante Shit
Bejeweled
Labyrinth
Karma
Sweet Nothing
Mastermind

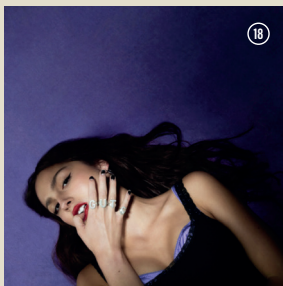




17

Olivia Rodrigo, Dua Lipa e Billie Eilish também lançaram álbuns com versões *deluxe* e alternativas. Nesse movimento, as diferentes edições podem ser compostas de capas variadas, com fotografias e imagens que transmitem diferentes auras à escolha do ouvinte colecionador, ou então possuir a mesma capa, mas mudar a cor e tonalidade do vinil em si.

No Brasil, temos o primeiro clube de assinaturas de discos de vinil da América Latina. A *Noize Record Club* se consolidou como um agente de fomento da cultura do vinil no país justamente porque o que oferece são *kits* exclusivos, com tiragem limitada de LPs especiais, acompanhadas de uma revista sobre o álbum. Esses produtos são vendidos como uma “plataforma visual que expande os sentidos de cada álbum que prensamos”, segundo a *Noize*, e são entregues diretamente na casa dos assinantes, que em 2024 somam mais de 9 mil.



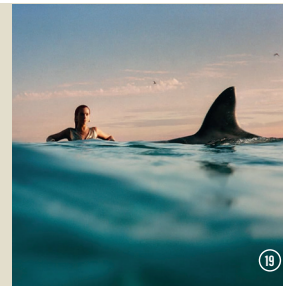
18

Acima de tudo, é mais uma evidência dos aspectos, para além da musicalidade, que fazem o vinil ser artigo de colecionadores.

Algumas edições recentes da *Noize Record Club* incluem os álbuns *Novela* da artista Céu, *Gilbertos Samba* de Gilberto Gil, 4 de Los Hermanos, *No Tempo da Intolerância*, o último disco de Elza Soares, *Milton* (1970) de Milton Nascimento e *Rito de Passá* (2020) de MC Tha, entre tantos outros, que variam entre clássicos antigos e lançamentos recentes.

“A MONALISA DO POP”...

...É como Chris Duffy se refere ao retrato de David Bowie na capa de *Aladdin Sane*, captado pelo seu pai, o famoso fotógrafo Brian Duffy, para o disco que seria lançado em 1973. A imagem, clicada no estúdio de Duffy em um domingo primaveril em Londres, marcou a história da música pop mais do que a obra musical em si.



19



20

O retrato, que completou 50 anos de lançamento em 2023, segue impactando gerações ao redor do mundo. Em Florianópolis, Rebecca Pezzato (30) foi marcada pelo trabalho visual ainda criança. No meio da coleção dos discos de vinil dos pais, uma capa se destacava aos seus olhos curiosos e atentos: a fotografia de Bowie em primeiro plano com as cores saturadas e o icônico raio desenhado em seu rosto.

Apesar de ser muito nova na época e não compreender exatamente quem era o cantor, Rebecca sentia algo de magnético evocado pela imagem: “Eu nem sabia quem era o David Bowie quando era pequena e eu já achava ele sensacional. Aí eu cresci e fiquei tipo, ‘meu Deus, não acredito que a gente tem esse vinil em casa’”. Hoje, ela mora sozinha em Sacramento, nos Estados Unidos, e apesar de não considerar a coleção dos vinis de seus pais também como sua, herdou a afetividade musical de sua família.

Atualmente, a jovem coleciona alguns CDs e, recentemente, deu o pontapé inicial para seu acervo próprio de LPs com a compra do seu primeiro disco. O escolhido para ser o número 1 foi a edição exclusiva da *Target* do álbum *The Black Parade*, da banda My Chemical Romance, lançado originalmente em 2006. “Ele é diferente, um cinza meio prateado, mesclado. Adoro discos assim”, conta

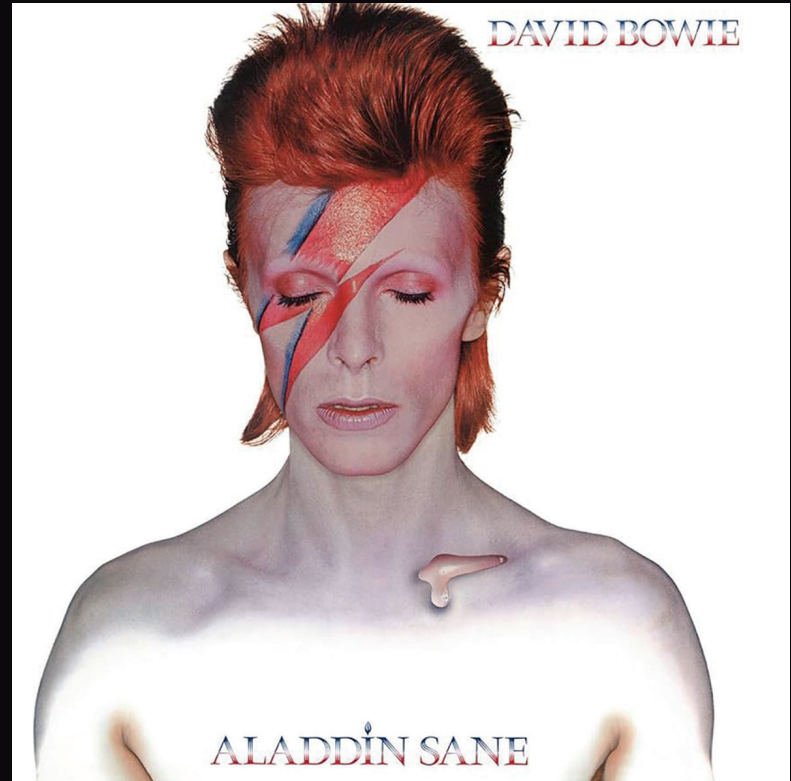


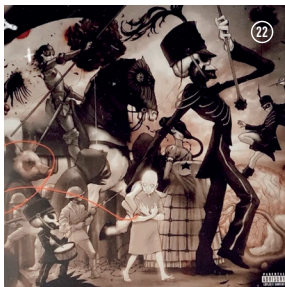
21



A capa de *Aladdin Sane*, de David Bowie, marcou a história da música pop mais do que a obra musical em si.

17: *Did You Know That There's A Tunnel Under Ocean Blvd* (Lana Del Rey, 2023). 18: *Guts* (Olivia Rodrigo, 2023). 19: *Radical Optimism* (Dua Lipa, 2024). 20: *Happier Than Ever* (Billie Eilish, 2021). 21: *Aladdin Sane* (David Bowie, 1973).





Rebeca, que diz que a aparência das capas influencia completamente seu consumo de mídias físicas: as que considera mais bonitas têm mais chances de serem incorporadas a sua coleção de CDs e, agora, de vinis. Edições diferentes ganham mais destaque ainda, especialmente se o disco possui cores diferentes ou são transparentes.

André Rezende afirma que, a partir da experiência de compra de um álbum musical físico, a relação entre consumidor e música se transforma e passa a ser de posse. O direito de acesso vitalício é garantido ao ouvinte, ao contrário do consumo baseado apenas em plataformas de *streaming*, onde você paga pelo

acesso enquanto seu plano está em vigor.

Mais do que a sensação de posse, através desse processo reverbera-se também uma afirmação estética que transmite ao mundo características sobre a identidade, tanto do indivíduo-consumidor, quanto do artista. Para Rezende, ao comercializar edições especiais de mídias físicas, os artistas promovem um movimento de fuga ao imediatismo da cultura do *streaming*.

DISCOS SEM CAPAS E CAPAS SEM DISCOS

Em estabelecimentos como sebos e bazares, é comum encontrar LPs sem suas capas originais e até mesmo capas vazias que tiveram seu disco extraviado. Em fóruns e espaços virtuais dedicados ao universo musical, há pessoas buscando preencher as lacunas de suas coleções. Existem alguns grupos de troca e venda no *Facebook*, onde os usuários publicam capas avulsas, sempre originais.



Em média, 5.000 usuários participam destes grupos e valorizam as capas originais, rejeitando a prática da plotagem, que é a reprodução das artes, de forma independente, em gráficas de impressão rápida.

Ademir Souza (41), de Florianópolis, possui um acervo de cerca de mil vinis que coleciona desde os anos 2000. Durante seus quase 23 anos de vida de colecionador, passou por diferentes situações que mostraram a força das capas dos LPs e a indissociabilidade entre álbum e capa no consumo de mídias físicas.

Uma das histórias mais marcantes que conta é de 2012, quando realizou o garimpo do raro álbum *Louco por Você*, de Roberto



Ao comercializar edições especiais de mídias físicas, os artistas promovem um movimento de fuga ao imediatismo da cultura do *streaming*.

Carlos, lançado originalmente em 1961. Estima-se que restam apenas mil exemplares da tiragem original daquele ano, e um deles passou pelas mãos do colecionador, que por acaso encontrou em um sebo a embalagem sem o vinil correto dentro.

Na ocasião, Ademir comprou a capa por 30 reais, e durante um ano inteiro seguiu buscando o disco em sebos e lojas na internet. Em suas pesquisas, encontrou colecionadores vendendo aquele mesmo encarte vazio por 400 reais, e se deu conta da mina de ouro que tinha em casa.

A raridade da edição se dá por este ser o primeiro trabalho de Roberto Carlos, produzido pela gravadora americana *Columbia Records*. A obra destoa da discografia inicial do cantor e é marcada por uma miscelânea confusa de gêneros e cópias de outros artistas que faziam sucesso na época.

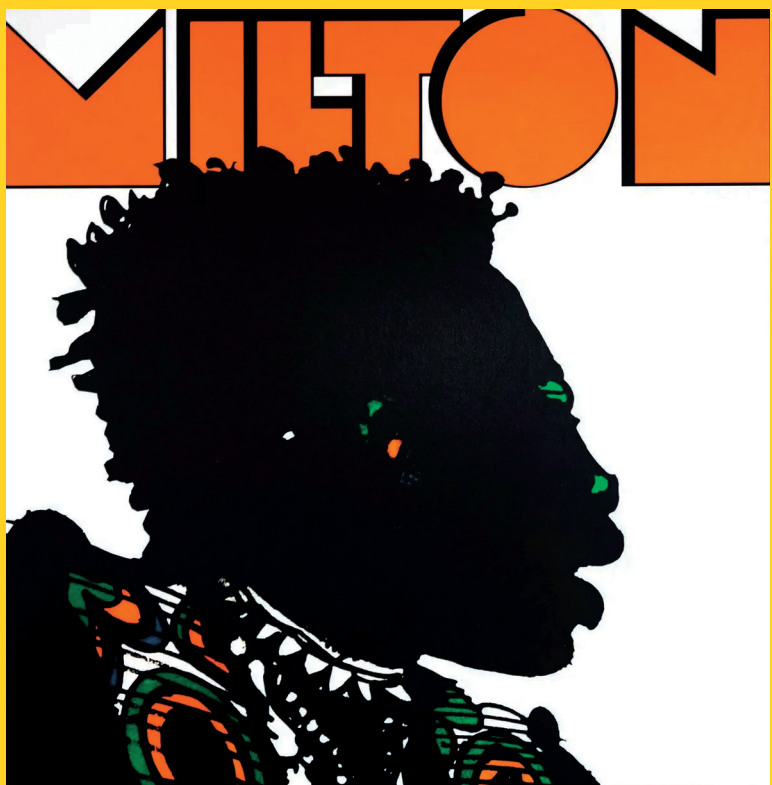
Além do conteúdo musical pouco original, o álbum teve seu encarte reciclado

22: *The Black Parade* (My Chemical Romance, 2022). 23: *Gilbertos Samba* (Gilberto Gil, 2024). 24: *Milton* (Milton Nascimento, 1970; repressagem Noize Record Club, 2022). 25: *Novela* (Céu, 2024). 26: *Rito de Passá* (MC Tha, 2020).

CÉU

NOVELA







com a imagem de *to each his own*, de 1946, do organista Ken Griffin, assinado pelo mesmo selo.

A falta de originalidade fez com que o cantor negasse a história do seu primeiríssimo trabalho e vetasse relançamentos da obra. Em 2012, o artista solicitou a retirada das versões digitais da internet, o que consagrou seu lugar no *hall* de discos mais caros da indústria brasileira.

Dois anos depois, em 2014, Ademir fez uma viagem a Curitiba e encontrou uma livraria que comercializava artigos de colecionador, como miniaturas de instrumentos e carrinhos de madeira. No meio de várias prateleiras de objetos, haviam algumas caixas de papelão que guardavam LPs. O homem decidiu investigar disco por disco, até que descobriu uma embalagem dupla de Roberto Carlos. Lá dentro, estava ele: *Louco Por Você*, enfiado em outra capa aleatória. Ademir não conseguia acreditar, e levou os

dois discos não correlatos por R\$ 20,00.

Assim que chegou em casa, o colocou para tocar no seu aparelho toca-discos e ouviu todas as músicas em fones de ouvido para verificar a qualidade do áudio. Estava em perfeitas condições. Então, em 2019, o vendeu por R\$ 6 mil em um site de comércio eletrônico. Ele acredita que hoje alguns colecionadores pagariam até mais pelo item.

A CARA DA CAPA

Uma prática que mobiliza pessoas pelo mundo desde meados de 2007 e destaca a interação entre ouvintes e capas de discos é o *sleeveface*. O termo é associado a composições fotográficas com cenários da vida real e capas de vinil se sobrepondo à alguma parte do corpo da pessoa em um ângulo que crie uma ilusão de ótica — como uma colagem que mescla o material impresso com a realidade. O resultado final transmite a sensação de

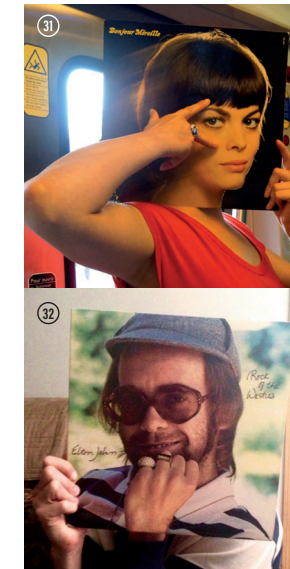


É uma afirmação estética, de vez em quando política, e também de identidade. É como você se afirma enquanto consumidor de cultura de música.

composições vivas, que se misturam às fotografias das capas dos álbuns.

Presente em plataformas e redes sociais de fotografias como *Pinterest*, *Tumblr* e o *Instagram* — que nos primórdios não tinha a dimensão atual —, o *sleeveface* foi popularizado porque um jovem galês, chamado Carl Morris, publicou na internet fotografias que ele e seus amigos tiraram segurando capas de discos em seus rostos. A ideia viralizou e, desde então, milhares de pessoas posaram diante de capas, criando um movimento criativo e afetivo que evidencia o envolvimento com os conteúdos imagéticos dos encartes.

Outro precursor do *sleeveface* foi o também galês John Rostrom, que mantém até hoje um *blog* para compilar todas as imagens que recebe diariamente. Em 2008, os conterrâneos publicaram o livro *Sleeveface — Seja o Vinil*, onde imortalizam, de forma divertida, o começo da prática.



Apesar de ter seu auge nos anos 2010, o *sleeveface* segue vivo até hoje. No *Instagram* existem mais de 40 mil resultados de publicações com a *hashtag*, e o grupo no *Facebook*, criado e mantido por Rostrom e Morris, continua ativo e recebendo novas imagens todos os dias. “É uma afirmação estética, de vez em quando política, e também de identidade. É como você se afirma enquanto consumidor de cultura de música”, analisa Rezende.

27: *to each his own* (Ken Griffin, 1946). 28: *Louco Por Você* (Roberto Carlos, 1961).

29, 30, 31 e 32: *Sleevefaces* retirados de sleeveface.com.



MÚSICA

AQUI ALI

O que tem rolado no mundinho musical para além de novos lançamentos :)



68

01

LÉSBICAS NO TOPO

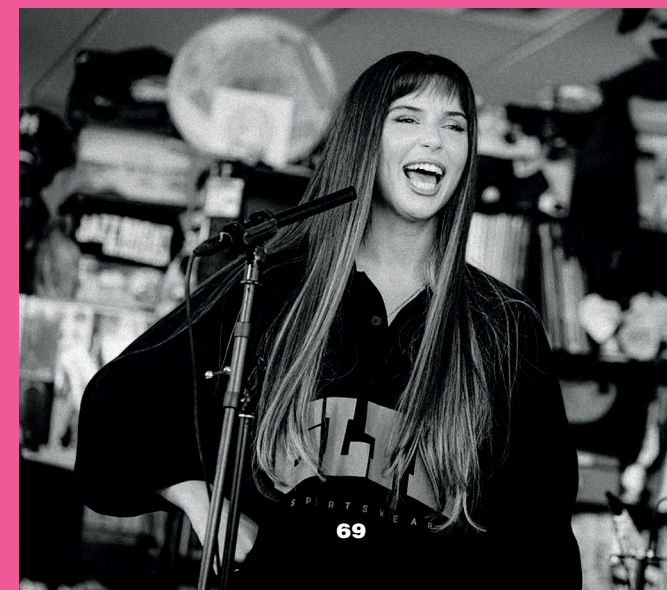
O hit *Good Luck, Babe!*, de **Chappell Roan**, figurou no Top 10 do *ranking* de Top 100 da *Billboard*, uma das principais paradas musicais da indústria *mainstream* global. A música, que fala sobre heterossexualidade compulsória, recebeu ampla aclamação da crítica e foi inserida em diversas listas de Melhores Músicas de 2024. Além disso, foi a faixa de Roan mais rápida a alcançar 100 milhões de *streams* no *Spotify*. “Eu precisava escrever uma música sobre uma situação comum em relacionamentos *queer*, quando alguém está lutando para chegar em um consenso consigo mesmo”, a cantora disse em diversas ocasiões. “É uma música sobre desejar o bem a alguém que evita seus verdadeiros sentimentos”. Até alguns anos atrás, era comum que pessoas LGBTQIA+ fizessem um “esforcinho” mental para adaptar pronomes em músicas românticas; hoje em dia, é de se comemorar o tanto de hits que permitem cantar o amor entre mulheres em alto e bom som.

02

¡QUE VIVA LA MÚSICA, CARAJO!



A cantora argentina **Nathy Peluso** foi convidada para estrelar um show inédito no *Tiny Desk*, da *NPR Music*. A apresentação aconteceu durante o período de divulgação do seu novo álbum, *GRASA*, lançado em maio de 2024. No estúdio clássico do *Tiny Desk*, Peluso está acompanhada por uma super banda e interpreta as músicas *APRENDER A AMAR*, *LEGENDARIO*, *ENDIVIA* e *REMEDIO*, presentes no novo disco, além de *BUENOS AIRES*, sucesso do primeiro álbum, *CALAMBRE* (2020), premiado com o *Grammy Latino* de Melhor Álbum Alternativo. Em *GRASA*, Peluso entrega ritmos variados e parcerias com nomes como Blood Orange, Duki, C. Tangana, Paco Amoroso e a brasileira Lua de Santana. A apresentação está disponível no canal da *NPR Music* no *YouTube*, figurando também na playlist *El Tiny*, ao lado de Maluma, Becky G, María José Llergo e muitos outros artistas latinos que já tocaram em meio aos livros e bugigangas característicos do cenário.



É assim que Peluso termina sua apresentação no *Tiny Desk* — fazemos das suas palavras as nossas!

69

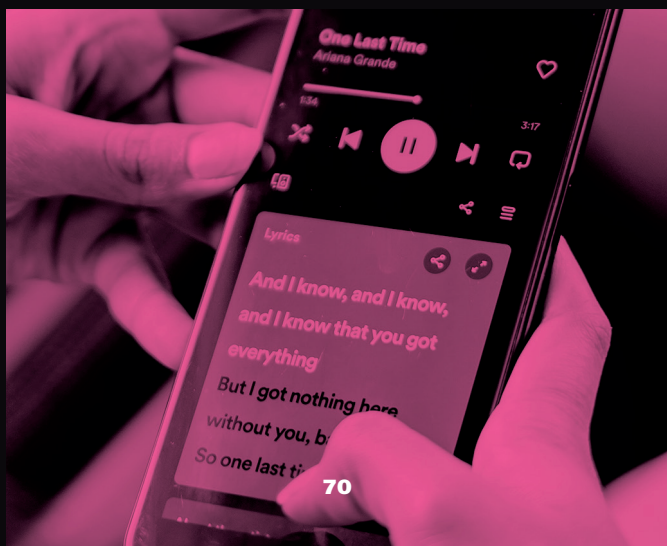




03

7 TRILHÕES

Foi o número total de músicas reproduzidas em 2023, somando todas as plataformas de *streaming*, de acordo com o relatório anual da *Luminate*, empresa especializada em coletar dados sobre a indústria do entretenimento. O resultado é um novo marco e significa uma alta de 33,7% em relação a 2022. Dentre as conclusões do levantamento, vale destacar: os Estados Unidos foram responsáveis por 1,25 trilhão de *streams* — a Taylor Swift, sozinha, representa 1,79% do total estadunidense. No geral, a contribuição de artistas mulheres a esse total subiu 4,2 ponto percentual, e SZA e Miley Cyrus contribuíram para isso ao atingirem novos picos de alcance. E mais: 45 milhões de faixas não foram ouvidas uma única vez, enquanto 436 mil bateram a marca de 1 milhão de reproduções. O Brasil ficou em terceiro lugar no *ranking* de países que mais ouvem músicas (foram 373,5 bilhões de *streams*), atrás da Índia em segundo (com 1,03 trilhões) e Estados Unidos, claro, em primeiro.

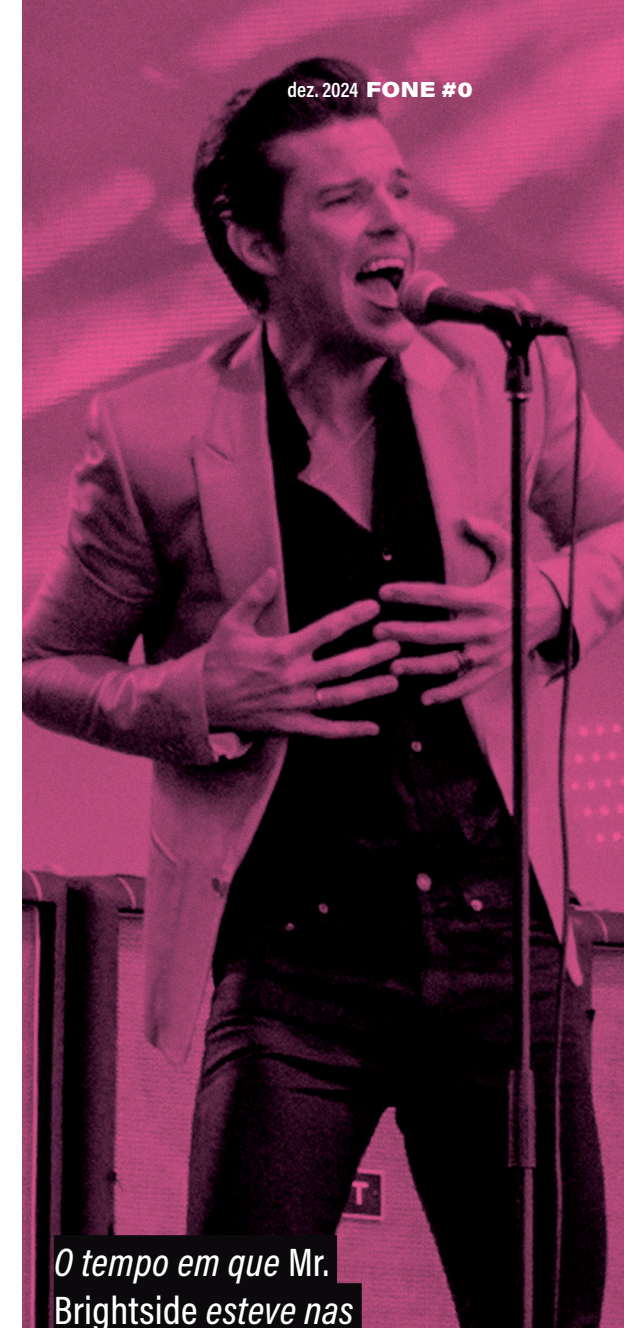


70

04

THE KILLERS NO GUINNESS WORLD RECORDS

Quantas vezes você já ouviu *Mr. Brightside*? Se tiver perdido a conta, a gente entende — não à toa, a música icônica entrou para o famoso livro dos recordes porque conquistou a maior permanência nas paradas de *singles* do Reino Unido: 416 semanas acumuladas, o período mais longo já registrado para uma banda ou grupo. Lançada há 21 anos, a música foi o single de estreia do The Killers e está em *Hot Fuss*, o primeiro álbum da banda. O vocalista Brandon Flowers comentou em entrevista para o portal do *Guinness World Records* (GWR): “Ainda é contagiante para nós. É difícil não se emocionar ou ficar animado vendo pessoas que nunca a ouviram ao vivo, e algumas que já viveram isso 45 vezes. Simplesmente não nos cansamos disso”. Will Munford, juiz do GWR que entregou o certificado para a banda durante uma série de shows em Londres, ressaltou a capacidade do grupo ser amado através de gerações, resistindo ao teste do tempo e se tornando um clássico. Nos comentários da publicação oficial no perfil do *Guinness* no *Instagram*, não faltam fãs para falar que *Mr. Brightside* é um hino ou a maior música do século. Nos resta voltar à nossa playlist e curtir esse hit. Vamos?



O tempo em que *Mr. Brightside* esteve nas paradas é equivalente a quase oito anos!

Considerando que o karaokê chegou no continente americano em 1982, foram só 34 anos sem esse clássico...



05

OUVIR MÚSICAS TRISTES PODE SER PRAZEROSO, DIZ ESTUDO

Algumas das nossas músicas favoritas nos deixam tristes e pode ser por isso que gostamos delas. Um estudo do Laboratório de Musicologia Empírica da Escola de Artes e Mídia da Universidade de Nova Gales do Sul, da Austrália, publicado no periódico *PLOS One*, descobriu que as emoções negativas sentidas ao ouvir uma música triste podem, na verdade, nos fazer bem. Para chegar a essa conclusão, o estudo contou com 50 participantes que foram instruídos a escolher uma música triste que gostassem. Os participantes, então, foram convidados a imaginar se a sua tristeza poderia ser “removida” ao ouvir a música. A maioria deles respondeu que sim. Após a “remoção da tristeza”, os pesquisadores perguntaram se os participantes passaram a gostar da música escolhida de uma forma diferente. 82% deles disseram que “remover” a tristeza reduziu o prazer com a música. “É paradoxal pensar que você poderia desfrutar de algo que o faz sentir uma emoção negativa”, disse o professor Emery Schubert, autor do estudo, em comunicado à imprensa. “Mas esta pesquisa mostra a primeira evidência empírica de que a tristeza pode afetar positivamente o prazer da música, diretamente.” O estudo possui algumas limitações, como o número de participantes e o fato de permitir que eles pudessem escolher as músicas que os emocionam por conta própria. Ainda assim, é um começo.

Mesmo limitado, trata-se de um primeiro indício da relação de prazer entre tristeza e música

E você já pode citar este estudo quando alguém te julgar por fazer faxina ouvindo as mais deprimentes canções.

06

“SUPERPODERES MUSICAIS”

É a promessa da **Universal Music (UMG)** para nova iniciativa com IA. A gravadora anunciou uma parceria com a *startup* de tecnologia *SoundLabs* para oferecer modelos de voz com inteligência artificial a seus artistas. Chamado *MicDrop*, o *software* usa técnicas de aprendizado de máquina para replicar vozes. Com ele, os artistas poderão clonar suas próprias vozes e fazer músicas sem cantá-las. No comunicado oficial, a *UMG* afirma que “o *MicDrop* é a primeira de uma série de ferramentas interoperáveis de IA desenvolvidas pela *SoundLabs*. (...) Ela dá aos artistas novos ‘superpoderes musicais’ e reimagina completamente como a música é feita, permitindo-lhes expandir o que é possível”. De acordo com as empresas, os artistas terão total controle sobre seus modelos vocais, que não serão utilizados sem permissão e não estarão disponíveis para o público. A *Universal* faz parte de um grupo, com outras grandes gravadoras, que está processando os sites *Suno* e *Udio*, que permitem gerar músicas por meio de IA. De acordo com as gravadoras, essas empresas copiaram músicas sem permissão para ensinar seus sistemas a conceber música que “concorrerá diretamente, barateará e, em última análise, suprimirá” o trabalho de artistas humanos. O presidente-executivo da *Suno* disse, em comunicado, que a tecnologia “é transformadora e foi projetada para gerar resultados completamente novos, não para memorizar e regurgitar conteúdo preexistente”.

Você ouviria um álbum feito por robô?

E um feito por robô, mas com a voz e autorização do seu artista humano favorito?





Você sabe



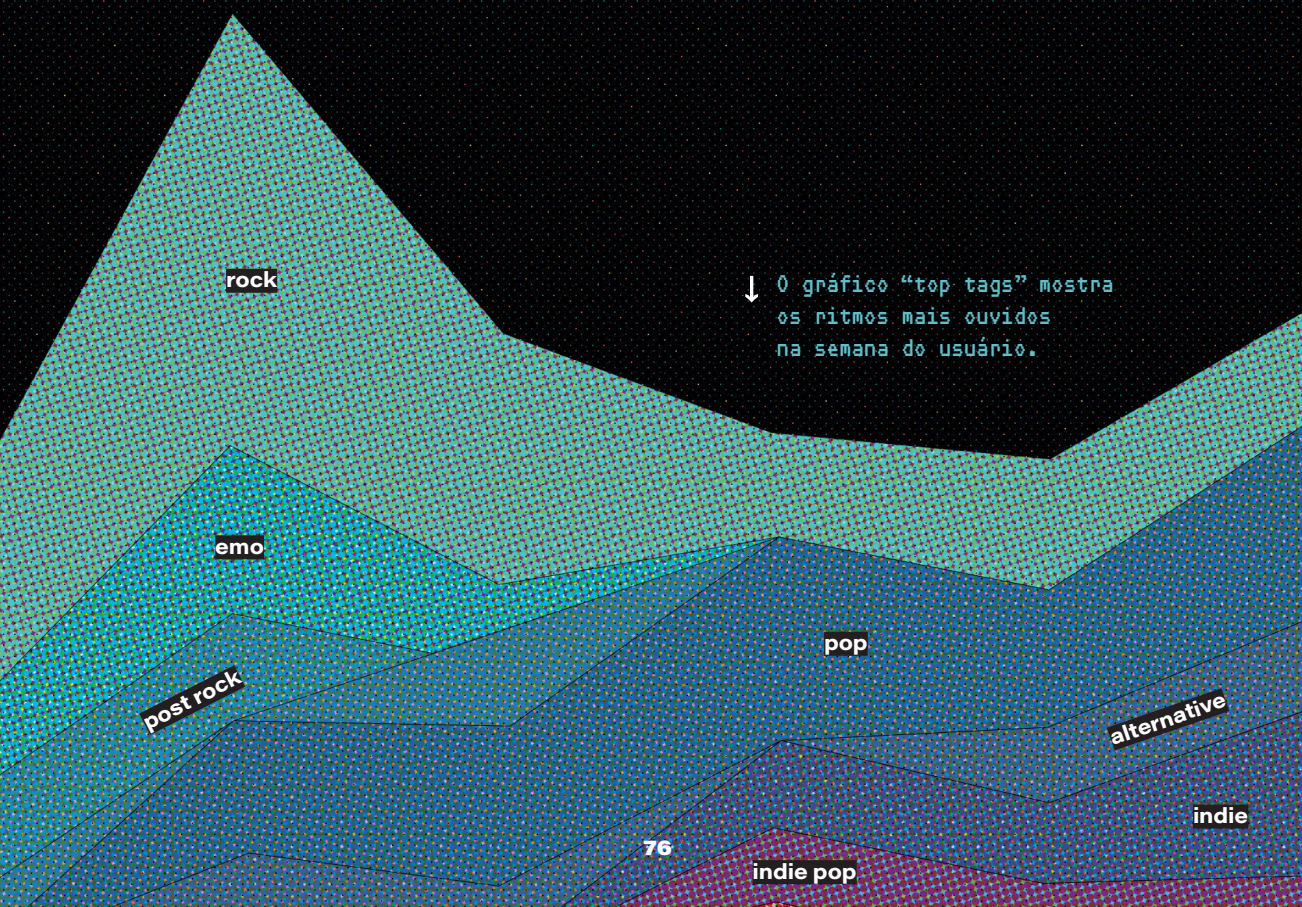
Last.fm rastreia hábitos musicais de usuários desde 2002 e não foi extinto, nem mesmo com a força do *Spotify Wrapped*, evidenciando a resiliência da cultura de nicho na internet



texto JADE LUCKNER & LUANA PILLMANN

O que ouve?

Muito antes da febre do *Spotify Wrapped*, retrospectiva anual queridinha dos usuários da plataforma de *streaming* musical, os amantes de música mais antenados já sabiam detalhes do que ouviram anualmente, mensalmente e até semanalmente com as estatísticas do **Last.fm**.



Criada no início dos anos 2000, a plataforma registra hábitos de consumo musical dos usuários e rastreia informações sobre as faixas ouvidas em tempo real. Isso permite criar coletâneas pessoais cheias de especificidades que provavelmente só os apaixonados por música podem entender o apelo.

Lucas Melo (22), estudante de Ciências da Computação na Universidade Federal de São João del-Rei (UFSJ), em Minas Gerais, conta que foi por causa da *Semaninha* que conheceu o *Last.fm* — a colagem postada por usuários da plataforma nas redes sociais nos últimos dias da semana é um dos movimentos de nicho interativo mais duradouros da internet. Em 2018, ele estava finalizando o Ensino Médio e se via em um limbo musical. Um dos perfis que seguia no *Twitter** começou a chamar atenção com suas colagens semanais do *Last.fm* e o estudante passou a se interessar pelos gostos musicais do *mutual* — como são chamados usuários que se seguem e fazem amizade na rede social, sem se conhecerem pessoalmente. "Até então eu não tinha um nicho muito específico no *Twitter*, comecei a achar ele muito legal e me senti influenciado", Lucas relembra. "Aí eu criei o *Last.fm*, só que eu não conhecia nenhum artista que ele escutava e agora eu gosto de todos".

Saber o que você ouviu e o quanto você ouviu, ao mesmo tempo em que se pode conferir a sua compatibilidade musical com outras pessoas é o que faz o *Last.fm* tão especial, uma vez que essas funcionalidades surgiram quando "tudo ainda era mato" na internet. Prova disso é que, para registrar o que se ouvia, no início, as pessoas precisavam baixar o *software*

do *Last.fm* no computador e conectá-lo com algum programa de áudio nativo (*Windows Media Player*, por exemplo), sem falar nas vezes em que se precisava inserir manualmente cada faixa reproduzida. Essas inserções manuais ocorriam geralmente quando a internet falhava ou o *software* era acometido por algum erro.

Mesmo que os pilares do *Last.fm* sejam as músicas e as pessoas, não se trata de uma rede social nos moldes convencionais, e sim um espaço personalizado voltado à quem compartilha a mesma paixão pela música para além do ato de ouvir. Desde o início, era lá que muita gente descobria novos artistas, afinidades musicais com desconhecidos e, sobretudo, acompanhava o comportamento musical — seu e dos outros. É possível dizer que ele foi o grande precursor dos sistemas de recomendação algorítmica que estão integrados em todos os serviços de *streaming* de áudio atuais — *Spotify*, *Apple Music*, *Deezer*. Qualquer um que você use, seus hábitos estão sendo rastreados e utilizados para recomendar

*optamos por não nos referir ao *microblog* como "X".

novas faixas. A diferença é que, nesses serviços, seus dados são mantidos ocultos, enquanto no *Last.fm* é possível conferir tudo a todo momento, por conta própria e sempre atualizado.

Recentemente, há uma onda crescente de apreciação dos hábitos de consumo musical com a nova ferramenta do *Spotify*, “Máquina do Tempo”, que entrega justamente um balanço mensal do que o usuário ouviu, com detalhes da quantidade de minutos ouvidos, quais artistas e músicas mais reproduzidas e outros dados que permitem saber onde você está no *ranking* de um artista, por exemplo, ou o quanto aquele artista ou banda representaram, percentualmente, no total de tudo que você consumiu nesse período.

Com um *template* colorido, interativo e muito próprio para redes sociais, assim como o do *Wrapped*, a Máquina do Tempo do *Spotify* tem conseguido atingir um público que talvez não sabia que gostava tanto de descobrir como ele mesmo consome música. Por si só, isso já evidencia como a premissa do “*lasty*” — como alguns usuários chamam o *Last.fm* —, se mantém atual mais de 20 anos depois. Ao mesmo tempo, o *Last.fm* nunca parou de ser relevante para seus usuários e, inclusive, há quem renegue essas alternativas mais modernas, mantendo-se fiel às estatísticas “originais”.

A professora e pesquisadora Adriana da Rosa Amaral, no capítulo *Fãs-usuários-produtores: uma análise das conexões musicais nas plataformas sociais MySpace e Last.fm*, do livro *O Futuro da Música Depois da Morte do CD*, explica que plataformas como o *Last.fm* constituem um repositório de marcações culturais de determinados

grupos e populações no espaço virtual nos quais é possível, também, recuperar traços culturais.

Desde que começou sua conta, o estudante de Ciências da Computação Lucas não abandonou a plataforma e não se vê fora dela. “É muito legal ver como o meu gosto mudou, como a minha vida estava de um jeito em tal mês e eu estava ouvindo algo específico... Além disso, fico sempre de olho no perfil dos meus amigos, pra poder criticar quando necessário, e também de conhecer coisas novas”.

SEMANINHA

O grande destaque no universo do *Last.fm* é a *Semaninha*. Se você já viu uma imagem com capas de álbuns alinhadas na horizontal num formato 3x3 circulando nas redes sociais, especialmente no *Twitter*, sabe do que estamos falando. A popular colagem é postada por usuários do *lasty* nas redes sociais às quintas, sextas-feiras e às vezes até aos sábados. É quando as estatísticas de cada perfil fecham, revelando dados da semana musical de cada um. A prática é realizada

O *Last.fm* nunca deixou de ser relevante para seus usuários, mesmo com alternativas modernas.



desde 2010, quando o site *TapMusic* surgiu, desenvolvido exclusivamente para gerar as composições imagéticas com dados do *Last.fm*. Nesse início, o *TapMusic* conectava automaticamente a colagem do usuário à conta do *Twitter*, provocando o movimento de postagens semanais por lá.

Aaron Hudspeth (34), um dos criadores do site que gera as colagens, contou à **FONE** que a ideia do *TapMusic* nasceu em um canal de *Internet Relay Chat (IRC)*, que conecta usuários e desenvolvedores de *softwares* livres. A primeira versão do código da plataforma foi elaborada por um usuário desse canal, chamado Daniel Martínez (37), que não chegou a desenvolver a interface. “Eu rapidamente decidi me juntar e montar um site para facilitar o uso. Ao longo dos anos, tanto o código quanto o site foram atualizados inúmeras vezes, resultando na versão atual”. Aaron relembra que ele e Daniel se encontraram no *4chan*, em um fórum dedicado à música. “Inclusive, foi ali que a ferramenta ganhou força, por meio do boca a boca entre os usuários”. Hoje em dia, ambos trabalham na

área de Programação e Tecnologia da Informação, em empresas diferentes.

A *Semaninha* tem espaço não apenas no *Twitter*, como também no *Bluesky* — plataforma que ganhou destaque durante o período de suspensão do famoso *microblog* no Brasil, de 31 de agosto a 9 de outubro de 2024. Lá, as postagens de colagens musicais seguiram a todo vapor, lado a lado com a busca de usuários para tentar recuperar seguidores dos mesmos nichos que estavam consolidados no *Twitter*.

Segundo Aaron, o *TapMusic* recebe, em média, cerca de 135 mil visitantes por mês, gerando 1,1 milhão de visitas à página. “Os maiores picos de uso ocorrem nas sextas-feiras e nos primeiros e últimos dias de cada mês. O fim de dezembro é o maior dia do ano, com cerca de 20 mil visitantes no dia 31, com 100 mil visualizações na plataforma”, revela.

A prática da *Semaninha* tem tanta força que até a rede social de filmes mais popular na internet, *Letterboxd*, se inspirou e lançou um movimento próprio, o *Happy #LetterboxdFriday*. A ação pretende estimular os usuários a postar um *print* dos últimos cinco filmes assistidos nos seus perfis no *Twitter* e/ou no *Bluesky*.

TÃO PIONEIRO QUE CRIOU ATÉ UM VERBO PRÓPRIO

A plataforma inglesa conquistou os usuários desde o início ao oferecer recomendações personalizadas e criar uma página pública com a identidade musical individual completa, baseada em informações retiradas em tempo real do perfil de cada um, com os chamados *scrobbles* — como é chamado o ato de reproduzir uma faixa

no *Last.fm*. Nesse começo, para *scrobblar*, era preciso ter o programa da plataforma no computador e usar o rastreamento dos arquivos do *player* musical.

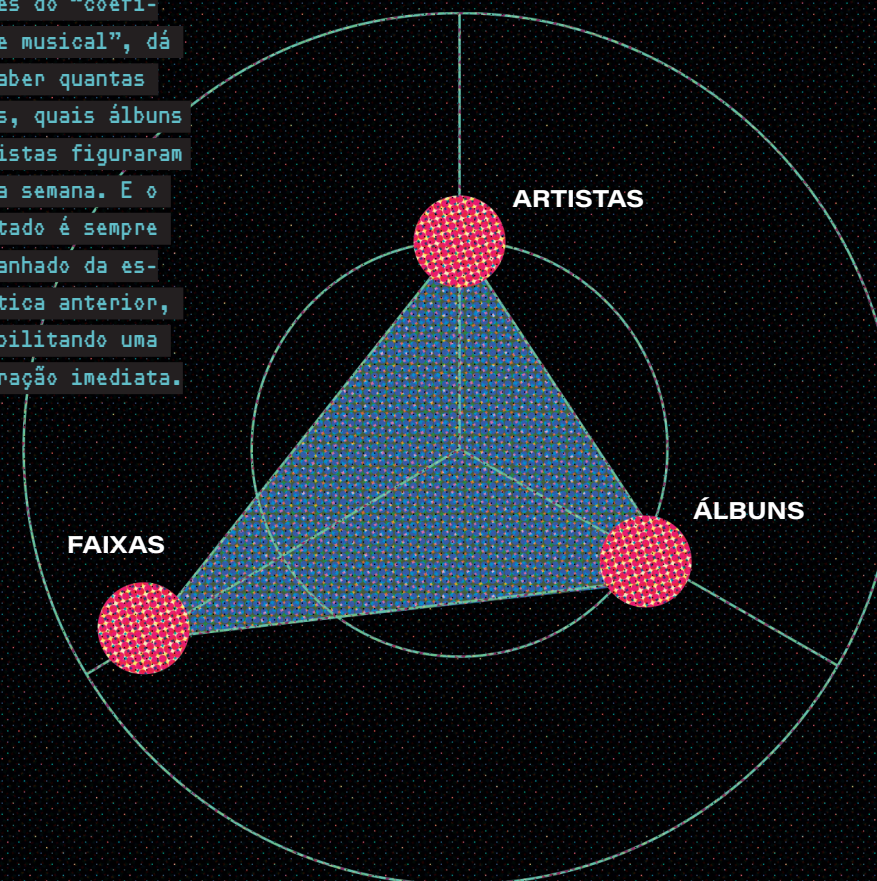
Foi da união de dois projetos que o *Last.fm* como conhecemos hoje surgiu. Um deles foi o programa *Audioscrobbler*, desenvolvido pelo britânico Richard Jones, que funcionava como uma extensão para registrar todas as músicas executadas em um computador. As músicas registradas eram salvas em um banco de dados online, aberto para os usuários do serviço, que podia ser comparada com as bibliotecas de outros usuários.

O segundo projeto, já chamado *Last.fm*, era uma rádio online criada por um grupo de jovens alemães e austríacos que usavam o *Audioscrobbler* para analisar os gostos dos ouvintes. A rádio funcionava com um algoritmo de dois botões, em que as pessoas podiam clicar para expressar contentamento ou insatisfação em relação às faixas tocadas. Os criadores das duas plataformas começaram a trabalhar juntos em 2003 e se uniram em um

O usuário tem um perfil público com sua identidade musical completa, baseada em informações dos chamados *scrobbles*, em tempo real.

Através do “coeficiente musical”, dá pra saber quantas faixas, quais álbuns e artistas figuraram na sua semana. E o resultado é sempre acompanhado da estatística anterior, possibilitando uma comparação imediata.

→



único site, o *Last.fm*, e os usuários puderam, então, começar a registrar músicas de diferentes *players*.

Marcela Queiroz (28), produtora de moda, é usuária do *Last.fm* desde 2008 e conta que sua conta foi criada no *boom* das redes sociais que estavam surgindo na primeira década dos anos 2000. Seu irmão, Marcelo Queiroz, na época com 14 anos, descobriu a nova rede focada em música e fez uma conta para ele e a irmã, com 11 anos. “Estávamos entrando em todas as redes sociais possíveis e eu fiquei fissurada no *Last.fm*, queria ficar fazendo *scrobbles* o tempo todo”, ela relembra.

A plataforma oferecia, inicialmente, bem mais do que apenas a identidade musical dos usuários. Havia o recurso de rádio online, fóruns e página de *blogs* — mas nada disso teve sucesso. O destaque sempre foi a possibilidade de construção de identidades musicais e as comparações entre o seu perfil e os de amigos.

De lá pra cá, foram várias mudanças — de *layout*, de logotipo e de recursos disponíveis —, acompanhando o surgimento das plataformas de *streaming*

Fiquei fissurada no *Last.fm*, queria ficar fazendo *scrobbles* o tempo todo.



e passando a permitir que o usuário incorporasse o *scrobbler* diretamente nos programas de música como plugin. É assim, inclusive, que a maioria das pessoas atualmente o utiliza.

Além disso, uma das funções mais queridas, a seção de comentários em faixas e álbuns, também foi criada. Dessa forma, foi consolidada a possibilidade de se conectar com exclusividade a pessoas de interesses musicais mútuos, em um ambiente online projetado para estimular pequenas conversas. Marcela já passou por muitas fases da plataforma, mas confessa que atualmente o que mais gosta de fazer é checar os comentários nas páginas dos artistas e das músicas, assim como Lucas.

A função de estatísticas pessoais, especificamente, chamada de *Listening Reports*, passou por mudanças consideráveis e hoje funciona no rodapé do perfil de cada usuário. Os *Listening Reports* oferecem visualização de artistas, álbuns e faixas mais ouvidas, além das quantidade de horas ouvidas, média de *scrobbles* e posição no *ranking* de *scrobbles* entre

seus amigos, de sexta à quinta-feira. Até o momento desta reportagem, por exemplo, as editoras de FONE, juntas, somam 216.665 *scrobbles* no total.

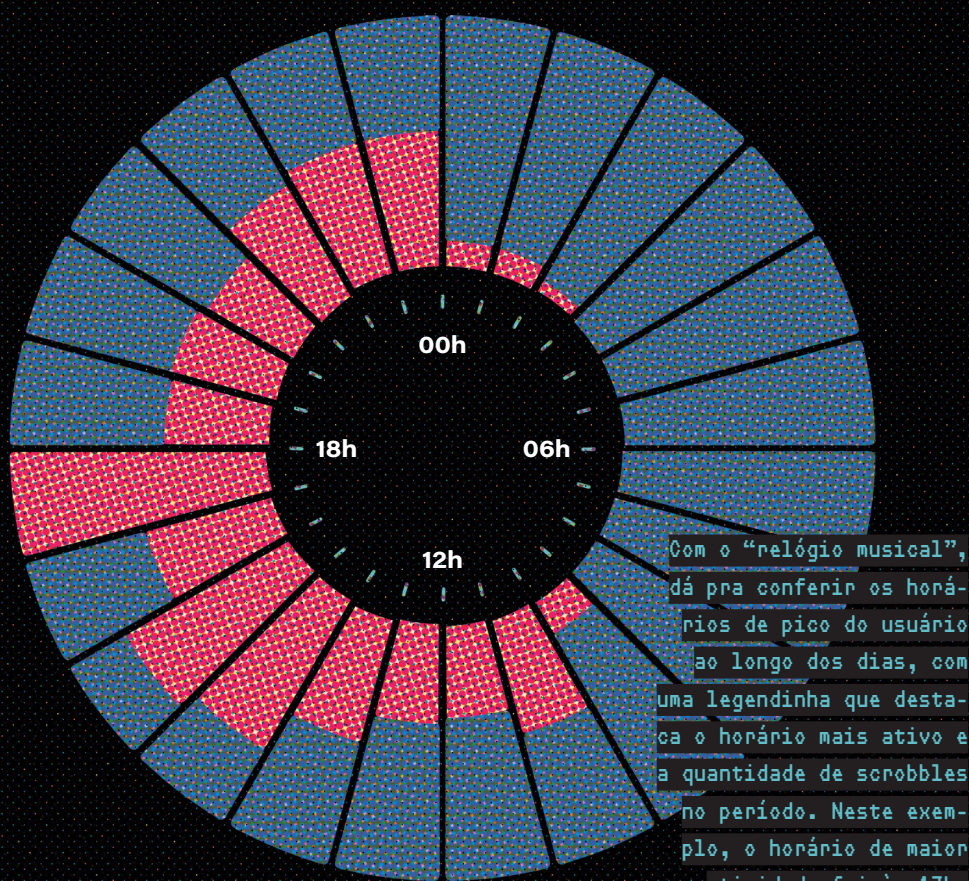
NO LAST.FM FIZ MAIS QUE AMIGOS... FIZ MUTUALS

A criação da conta no *Last.fm* foi como uma mudança de chave para Lucas e o uso do site trouxe, além uma nova perspectiva musical, amigos novos que se mesclaram ao nicho em que o estudante se viu inserido. “Acabei mudando muito o que eu escutava, conheci muita coisa pelo *Last.fm* já de início. Comecei a seguir muita gente diferente com os mesmos interesses que eu”. Ele conta que, no *Twitter*, a dinâmica das conversas sobre música com alguém novo sempre acaba na pergunta “Qual seu *Last.fm*? Vamos nos seguir!”.

Atualmente, o *lasty* faz parte de um ritual sagrado para o estudante: toda vez que abre o navegador do computador para trabalhar ou estudar, deixa o site aberto em uma das abas. “Eu entro no *Google* e meu dedo vai direto na tecla L. Posso não estar entrando necessariamente, mas o site fica ali e eventualmente eu dou uma espiada”. Ele explica que faz isso para se certificar que o site está *scrobblando* todas as músicas corretamente e para ter um escape das tarefas mecânicas do dia a dia.

Desde os primórdios da plataforma, é possível clicar em uma música e conferir informações como letra, quantidade de *scrobbles* (do usuário e no geral), faixas similares e a *shoutbox*, espaço dedicado aos comentários. É lá que Lucas passa boa parte do tempo navegando. “Eu tô escutando a música, entro na página dela e muitas

Nestas plataformas, o fã exerce um papel social na construção das identidades e na distribuição de música nas redes.



vezes acabo me deparando com comentário meu antigo que nem lembrava que tinha feito”, ele conta rindo.

Uma das amigas mais próximas de Lucas foi fruto de uma interação no *Last.fm*, em 2020, que o inspirou a conhecer uma de suas artistas favoritas atualmente, a Charli xcx. “Eu vi um comentário dela numa música que me deixou muito intrigado, aí fui no perfil e vi que ela escutava muito a Charli, além de Radiohead, uma banda que eu amo. E eu pensei ‘por que essa menina que escuta tanto Radiohead ama Charli? Será que é uma artista que vale a pena escutar?’ Eu fui ouvir e amei”, recorda.

SE NÃO TÔ FAZENDO SCROBBLE, NÃO TÔ VIVENDO

Marcela conta que, quando começou a usar o *Last.fm*, não era fácil como hoje em dia, e os irmãos Queiroz utilizavam o *Windows Media Player* no mesmo computador. “A gente dividia o computador, entre 2008 e 2009, então quando eu saía e ele ia entrar e escutar as músicas dele, às vezes ele não trocava o perfil e fazia *scrobble* no meu perfil, eu ficava com ódio!”, conta rindo.

Nessa época, ela usava o *Last.fm* como uma rede social, publicando fotos de seus artistas favoritos nas páginas de cada um e editava a biografia de seu perfil de modo a conhecer mais pessoas e novas bandas, usando *hashtags*. Além disso, também costumava seguir vários usuários que mostravam a compatibilidade “Super” para ela, uma ferramenta que existe até hoje e classifica a harmonia musical entre usuários — os parâmetros são: Super, o mais alto dos níveis, Alta, Muito Alta e Baixa.

Depois de 16 anos de uso, com mais de 156 mil *scrobbles*, a produtora de moda sente que a ânsia pelos registros na plataforma continua afetando a forma como ela consome música. “Eu fico naquela ‘fissurinha’ de ter a biblioteca organizada e tudo mais. Mas não é como antigamente, quando às vezes eu não queria que alguém visse o que eu estava escutando e acabava manipulando os registros. Mas costumo falar que se não tô fazendo *scrobble*, não tô vivendo”, confessa.

MUITO MAIS QUE ESTATÍSTICAS PESSOAIS

A pesquisadora Adriana afirma que plataformas como o *Last.fm*, enquanto um artefato cultural, são passíveis “de apropriação em sua própria materialidade (como indicam o colecionismo e a postagem de materiais audiovisuais para fins de compartilhamento)”. Ou seja, nas comunidades de fãs *online*, essas plataformas passam a constituir uma cultura participativa e exploratória, em que o fã exerce um papel social importante na construção

A galera que espera o *Spotify Wrapped* não tem música como principal traço de personalidade.

das identidades e da própria distribuição da música nas redes.

Isso vai de encontro com o que a *Europriz.org*, entidade responsável por premiar os melhores produtos multimídia europeus, afirmou em nota oficial quando o *Last.fm* foi vencedor na categoria *Student Award Winners*, em 2002, logo após seu surgimento: "A ideia de criar um espaço tão personalizado na web funciona como um contraponto à 'mentalidade de massa' predominante nos *charts* e convida o usuário a navegar de forma autônoma, distanciando-se da típica mentalidade de consumo. O usuário avalia e, então, seleciona a música que melhor se adapta ao seu gosto ou humor. Seguindo esse caminho, o *Last.fm* sempre será relevante."

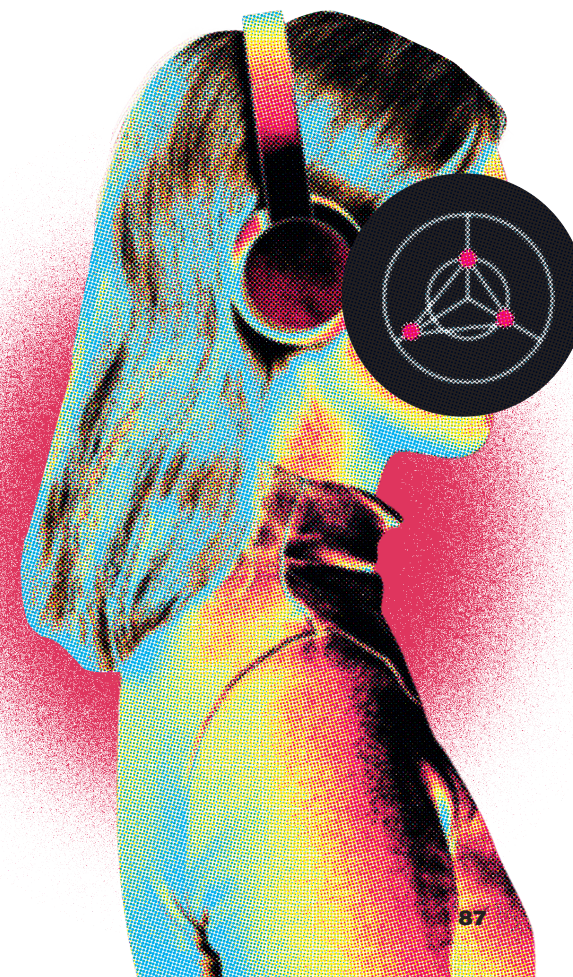
Para usuários fiéis como Marcela, *scrobbler* faz parte da sua personalidade. "Eu tenho uma conexão muito forte com a música. Então eu gosto de deixar salvo para mim mesma, e para o caso de alguém se interessar em ver o que eu escuto". Um dos pontos altos do site, para ela, é a possibilidade de

retornar a momentos específicos de sua vida através da sua biblioteca, que guarda tudo que já ouviu ao longo dos anos. "Acho super legal você conseguir ver o que você escutou tal dia, o que você mais escutou em 2014... Eu sempre tive essa coisa saudosa com o passado. A possibilidade de ter estatísticas para eu conferir no futuro me agrada muito".

Aaron, um dos criadores do *TapMusic*, compartilha o sentimento: "Uso o *Last.fm* há 18 anos, com tímidos 200.000 *scrobbles*. É divertido acompanhar meus hábitos musicais e perceber como evoluíram ao longo dos anos. Meu gosto hoje está bem distante do que era quando comecei a *scrobbler*, embora alguns artistas tenham permanecido constantes, como Modest Mouse, Thrice e System of a Down".

A jornalista cultural Sara Feigin explicou em um dos seus vídeos no *TikTok* que um dos motivos que faz com que ela siga usando o *Last.fm* desde o Ensino Médio é a fidelidade nos registros estatísticos. Por exemplo, ao conhecer um artista novo interessante perto do fim do ano, é

Eu não consigo esperar o ano inteiro para saber o que eu tô ouvindo e mostrar pras pessoas.



certo que ele figurará em uma posição coerente no balanço anual do *Last.fm*. Já o *Spotify*, que cessa a contabilização dos *plays* em meados de novembro, acaba apresentando um resultado diferente do real. "O meu artista mais ouvido nos *charts* anuais do ano passado do *Spotify Wrapped* foi a The 1975. Só que esse artista que eu comecei a ouvir ativamente, o Quarters of Change, no meio de novembro, eu ouvi umas 100 vezes mais, e eles ficaram em primeiro lugar no *charts* do *Last.fm*".

Lucas acredita que mesmo com a ascensão de ferramentas do *Spotify* para rastrear o consumo de música, o *Last.fm* não vai perder a força entre os usuários já ativos. Para ele, as duas coisas podem seguir juntas, principalmente pelo fato da comunidade do *Last.fm* ser bastante forte. "A galera que espera o *Spotify Wrapped*, por exemplo, não tem música como principal traço de personalidade. A gente precisa de mais que isso. Eu não consigo esperar o ano inteiro para saber o que eu tô ouvindo e mostrar pras pessoas também".



Para você que gosta de (re)descobrir coisinhas legais :)

PARA IR



Festa Scrobble
Florianópolis, São Paulo e Rio de Janeiro

Festa de música pop que acontece em várias cidades do Brasil. É inspirada no movimento do *Last.fm* que faz referência ao ato de ouvir lindas canções — *scrobblar* (leia mais na página 72). O berço da *Scrobble* é Florianópolis, e o slogan do rolê é “Existe gente que gosta de festa e gente que gosta de música. A *Scrobble* é pra quem gosta de ambos”. Nela, você ouve de tudo: *pop*, *girly pop* e *new pop*, e pode dançar não só os *hits*, mas também as *bsides*, as *fanavorites* e tudo de melhor que rola das divas mais quentes (ou não) do momento.



PARA SEGUIR

@discoveringartists.irl
Instagram e TikTok

Para quem ama descobrir novos artistas assim como a gente, o perfil *Discovering Artists* é um achado. Em formato de vídeos curtos, pessoas são perguntadas em ruas e parques dos Estados Unidos se fazem música. Alguns “não” depois, aparece um artista ou banda que diz que sim. Na sequência, eles compartilham as referências musicais nas quais se inspiram e revelam seu nome artístico. Os artistas descobertos fazem vários tipos de sons, o que leva o espectador a encontrar novos nomes de diversos gêneros musicais.



PARA LER

Na trilha do Pop, de Kelefa Sanneh
Editora Todavia

O livro de Kelefa Sanneh é para quem curte entender um pouco mais sobre o funcionamento das coisas. O autor analisa as últimas cinco décadas de música pop, explorando como diferentes gêneros moldaram o que ouvimos e criaram culturas e comunidades inteiras. Sanneh mergulha nos sete gêneros que definiram o século XX (segundo ele, rock, R&B, country, punk, hip-hop, dance music e pop) revelando como eles influenciaram estilos de vida e maneiras de consumir música, em uma narrativa que mescla crítica e admiração.



PARA VER



High Fidelity (2020)
Disney+, Prime Video, grande locadora mundial

Série de apenas uma temporada, inspirada no filme clássico homônimo dos anos 2000, só que com o protagonismo de uma mulher negra e bissexual — o completo oposto do original. A história acompanha Rob (interpretada por Zoe Kravitz), uma proprietária de um sebo de vinil em Nova York. A trilha sonora é o ponto principal da narrativa e entrega uma seleção perfeita em todos os sentidos — há menções e *plays* de artistas clássicos e *undergrounds*. Toda a experiência é uma grande aula artística cheia de sensibilidade e *cinema perfection*.



DORES

&



DELÍCIAS

DE FAZER A PRÓPRIA MÚSICA

Longe dos holofotes das grandes gravadoras e dos circuitos *mainstream*, artistas independentes vêm conquistando cada vez mais espaço no cenário global.

Entrevistamos Jack Kotz, do Melting Resonance, que abriu o coração ao nos contar sobre seus fluxos criativos e planos para o futuro na cena *indie* estadunidense.

@ Um levantamento da *Worldwide Independent Work (WIN)* mostrou que, entre 2022 e 2023, o setor independente foi responsável por 80% dos novos lançamentos mundiais, com pelo menos US\$ 4,1 bilhões investidos na descoberta e desenvolvimento desses talentos.

Isso é uma revolução e tanto, considerando que a música *indie* começou como um desdobramento do rock no Reino Unido da década de 1970. Naquela época, as primeiras gravadoras pequenas não filiadas às gigantes da indústria — Sony, Warner, Universal e EMI — começaram a aparecer e a redefinir as formas de produzir e distribuir trabalhos musicais. O EP (*Extended Play* — versão estendida) *Spiral Scratch*, da banda *punk* Buzzcocks, foi um dos primeiros discos lançados

independentemente — sem gravadora, inclusive —, em 1977, alcançando a marca de 15 mil cópias vendidas.

Nas décadas seguintes, essas pequenas gravadoras se consolidaram no setor ao tornarem-se responsáveis por bandas que viraram ícones do indie rock entre 1980 e 1990, como The Smiths com o álbum de estreia, *The Smiths*, lançado pela Rough Trade Records; Nirvana com *Bleach*, lançado pela Sub Pop; e Oasis através do *Definitely Maybe*, pela Creation Records.

Hoje em dia, além da produção própria perpassar todos os gêneros musicais, o que define um artista independente vai além da ausência de contrato com uma grande gravadora.


Esses músicos abraçam a liberdade, a criatividade e a independência empresarial, usando as ferramentas digitais disponíveis para criar, produzir e distribuir sua música diretamente para os fãs, sem precisar que alguém os direcione ou “encontre” seu público, como costuma acontecer com gravadoras.

Plataformas como *Spotify*, *Apple Music* e *Bandcamp* facilitaram significativamente esse alcance ultrapassando fronteiras e deixando para trás a dependência de uma infraestrutura de distribuição física.

Junto às redes sociais, isso tudo possibilita uma conexão direta com os ouvintes e proporciona a criação de comunidades que impulsionam e motivam esses artistas a continuarem criando e experimentando.

A paixão pela música, aliada a um espírito inevitavelmente empreendedor, são fundamentais para que eles mantenham a cena independente criativa e, acima de tudo, livre.

Quem nos conta mais é o artista ouvido nesta edição de **FONE**: Jack Kotz, do *Melting Resonance*. Confira nas próximas páginas.



O setor independente
foi responsável por
80% dos novos
lançamentos mundiais
entre 2022 e 2023.



“OUVIR ALGO QUE NÃO EXISTIA ANTES DE VOCÊ CRIÁ-LO É DIVERTIDO E GRATIFICANTE.”

Diretamente do Brooklyn, em Nova York, berço criativo que revelou muitas bandas e artistas icônicos ao longo da história da música independente e *mainstream*, Jack Kotz (27) criou seu projeto musical chamado **Melting Resonance**. Para além de fazer o próprio som, Kotz é produtor musical e já colaborou com vocalistas e compositores locais e ao redor do mundo.

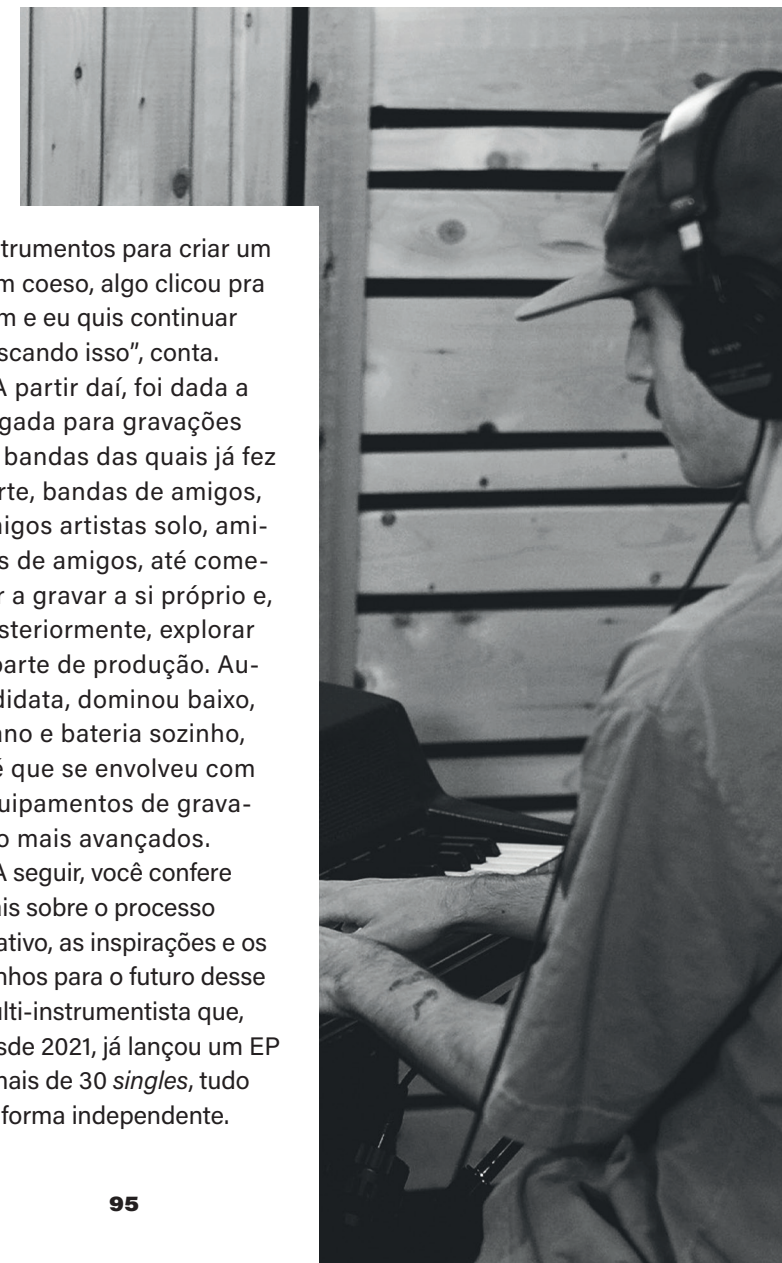
Em entrevista à **FONE**, o artista revelou que experimentação, criatividade e busca por conhecimento são os pilares da sua carreira profissional. É notório: seus diplomas em engenharia de áudio o possibilitaram fazer parceria com grandes estúdios de gravação, shows da Broadway e empresas que comercializam *samples* — pequenos trechos musicais. Ainda assim, é no estúdio montado em seu apartamento que ele produz as próprias músicas.

O criador do Melting Resonance toca guitarra desde que estava no Ensino Fundamental, mas o primeiro contato com a produção musical foi no *Garageband*, aplicativo da *Apple* em que se pode tocar, gravar e compartilhar músicas de qualquer lugar, além de acessar instrumentos variados do mundo inteiro. “Quando percebi que poderia combinar

instrumentos para criar um som coeso, algo clicou pra mim e eu quis continuar buscando isso”, conta.

A partir daí, foi dada a largada para gravações de bandas das quais já fez parte, bandas de amigos, amigos artistas solo, amigos de amigos, até começar a gravar a si próprio e, posteriormente, explorar a parte de produção. Autodidata, dominou baixo, piano e bateria sozinho, até que se envolveu com equipamentos de gravação mais avançados.

A seguir, você confere mais sobre o processo criativo, as inspirações e os sonhos para o futuro desse multi-instrumentista que, desde 2021, já lançou um EP e mais de 30 *singles*, tudo de forma independente.



FONE: Como você descreveria o seu trabalho musical?

JACK: Acho que diria que é uma mistura de influências e fluxo criativo puro. Em termos de gênero, eu o chamaria de pop indie, com toques de funk, lo-fi e jazz. Mas acho importante comentar que nunca começo uma música com algum tipo de humor, gênero ou influência em mente. Tudo começa com sons, e então sigo minha curiosidade e interesses criativos naquele momento. No entanto, sou subconscientemente e fortemente influenciado pelas músicas que ouvi e ouço atualmente. Gosto de misturar meu amor por baterias marcantes, sintetizadores suaves, guitarras distorcidas e linhas de baixo envolventes.

F: Pode nos contar sobre seu processo criativo?

J: Claro! Eu já fiz música a partir de muitos pontos de partida diferentes, mas meu melhor trabalho veio dessa forma: eu programo um ritmo de bateria — isso envolve kits de bateria e percussão. Normalmente, estabeleço uma estrutura básica de música pop. Em seguida, passo para a harmonia. Dependendo do ritmo, recorro ao meu sintetizador *Juno-106*, piano eletrônico *Wurlitzer*, guitarra elétrica ou violão. Às vezes, tenho que experimentar várias opções. Eu crio uma estrutura harmônica para a música tocando acordes básicos naquele instrumento inicial. A partir daí, complemento esse instrumento inicial com mais acordes, melodias ou *riffs* em outro instrumento. Depois, gravo o baixo

com meu baixo *Hofner* ou *Juno-106* também. E, normalmente, neste ponto, a música e o som estão lá e é nesse momento que o material vai para as mãos do compositor/cantor. Na maior parte do meu trabalho, o cantor ouve a música e escreve ou canta quaisquer melodias que lhes venham à mente e qualquer conteúdo lírico que a música evoca. Depois que o vocalista grava sua parte, trabalho nos principais instrumentos que precisam ser alterados — novo som de bateria? Nova linha de baixo? Então, vem algo que chamo de “doce para os ouvidos”. Pequenas melodias, *riffs*, acordes, sons... Coisas que adicionam o toque final à uma música. Para mim, o “doce para os ouvidos” nunca pode ser adicionado até que os vocais estejam lá. Preciso saber como trabalhar em torno dos vocais e complementá-los. Depois disso, mixo e masterizo!

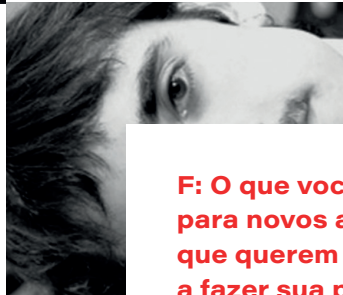
Tudo começa com sons, e então sigo minha curiosidade e interesses criativos.

F: Qual é a melhor parte, ou o que você mais gosta, sobre fazer seu som?

J: Eu gosto do fluxo criativo e da recompensa de ouvir algo que eu criei. O fluxo criativo, também conhecido por “estado de *flow*”, é um lugar especial para se estar — quando você está criando, totalmente envolvido e perdido nesse momento. Ouvir algo que não existia antes de você criá-lo também é divertido e gratificante.

F: Quanto tempo ou o que geralmente é necessário para sentir que terminou uma música ou um projeto musical?

J: Não é uma questão de tempo, mas de saber *quando* terminar. Isso vem com a experiência de criação de centenas e centenas de batidas, produções e músicas. Aprendi a identificar quando algo que criei está pronto. Às vezes, uma música terá muitas partes intrincadas e muitas camadas. Às vezes, são apenas bateria, baixo, guitarra e sintetizador. Simples e poderoso.



F: Você tem alguma música favorita sua?

J: Vou dar uma resposta evasiva: não gosto de escolher favoritos. Haha! Todo ano parece que me inclino para músicas e sons diferentes. Alguma que foi minha absoluta favorita em um ano, pode se tornar ultrapassada no próximo e assim por diante.



F: Quais são suas inspirações? E por quê?

J: Hip hop dos anos 1980, 1990 e 2000, jazz, funk, indie pop, *musique concrète*. Esses gêneros moldaram a mim e minha trajetória musical. E eu amo a tecnologia musical. Processadores de efeitos, mesas de mixagem, equipamentos externos, máquinas de bateria, guitarras, sintetizadores, pianos, gravadores de fita. Às vezes, harmonia e melodia podem ser uma força motriz para mim. Mas, igualmente, design de som e timbre podem impulsionar minha curiosidade e criatividade. Também me inspiro em arquitetura, design de interiores, natureza, arte, sabedoria, livros, beleza e tecnologia. A melhor música que fiz foi quando estava em momentos da minha vida em que apreciava a arte e a beleza.

F: O que você diria para novos artistas que querem começar a fazer sua própria música?

J: Faça aulas de música, aprenda um instrumento. Mesmo que a música que você faça não envolva instrumentos acústicos físicos, isso vai fluir e contribuir com o processo.

F: Onde você se vê no futuro?

J: Meu único objetivo é me sustentar integralmente como produtor musical e, ao fazer isso, não perder de vista o porquê curto fazer música. Buscar e apreciar os momentos de fluxo criativo e reflexão.

F: Que palavras você usaria para descrever as dores e delícias de fazer a própria música?

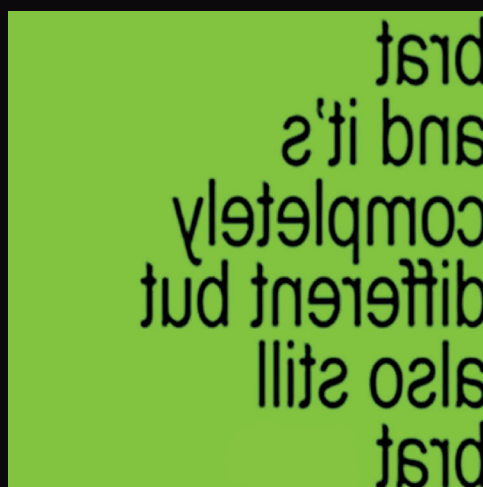
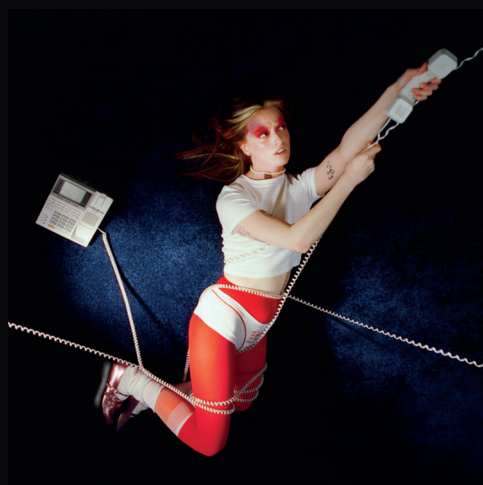
J: Dor: mercado saturado. Delícias: liberdade e zero regras.

“A MELHOR MÚSICA QUE FIZ FOI QUANDO ESTAVA EM MOMENTOS DA MINHA VIDA EM QUE APRECIAVA A ARTE E A BELEZA.”

As músicas do Melting Resonance estão disponíveis nas plataformas de *streaming*, incluindo seis novos *singles* lançados depois dessa entrevista. Vai lá na nossa *playlist* e aproveite o “doce para os ouvidos” que Kotz entrega em suas composições. :) E para encontrá-lo nas redes sociais, basta buscar por @meltingresonancemusic no *Instagram* e *TikTok*.

Impressões sobre...

CONVIDAMOS	AMANTES	DE	MÚSICA	PARA	COMPARTILHAR	SUAS
OPINIÕES	SOBRE		OS		PRINCIPAIS	
ÁLBUNS	LANÇADOS	NOS	ÚLTIMOS	MESES.		



NOSSAS	PÁGINAS	ESTÃO	ABERTAS	:)
SE	QUISER	CONTRIBUIR	NAS	PRÓXIMAS
EDIÇÕES,	ESCREVA	PARA	FONEREVISTA@GMAIL.COM.	

Everybody Needs A Hero

Orla Gartland



ANO 2024 **DESTAQUES** SOUND OF LETTING GO, The Hit, Late To The Party, Three Words Away, Who Am I? **DURAÇÃO** 37min39seg **ESTILOS** Pop, Pop rock **PRODUÇÃO MUSICAL** Orla Gartland, Tom Stafford e Peter Miles **PRA VOCÊ QUE CURTE** Declan McKenna, dodie, FIZZ, Muna, half alive.

Orla Gartland é uma cantora e compositora de Dublin que, assim como muitos, começou sua carreira publicando covers e composições originais no seu canal de *Youtube* há mais de 10 anos. Ao longo do tempo, a artista foi experimentando estilos e técnicas em suas músicas, lançando diversos EPs, seu primeiro álbum *Woman on the Internet* e projetos paralelos, como a banda FIZZ que, em 2023, lançou o álbum *The Secret To Life*. Orla foi evoluindo cada vez mais o seu som até chegar no trabalho mais recente, *Everybody Needs A Hero*.

O álbum começa com a faixa *Both Can Be True*, que retrata a dualidade de sentir tudo e nada ao mesmo tempo, e segue com outras composições sobre turbilhões de emoções em diversas situações de relacionamentos, tanto com outras pessoas como consigo mesma, que resultam em dificuldades e caos, chegando até a faixa final que dá título ao álbum, *Everybody Needs A Hero*. Nela, Orla admite para si mesma a necessidade de um apoio, e parte da letra diz *It only hurts like this when you know it's true / My whole life been trying to fight it / What's the point though? / Everybody needs a hero*. O disco também conta com participações de artistas próximos da Orla, sendo um feat com Declan McKenna na música *Late To The Party* e Lauren Aquilina na composição de *The Hit*.

Em cada música, Orla brinca com uma diversidade de instrumentos e efeitos sonoros, criando linguagens diferentes para valorizar a história e as emoções sendo contadas. Algumas faixas contam

com explorações maiores e mais ousadas, como por exemplo *SOUND OF LETTING GO* e *Little Chaos*. Ao mesmo tempo, o álbum mantém um equilíbrio com músicas como *The Hit*, *Simple* e *Mine* que seguem uma linha mais calma e brilham às suas maneiras.

Como alguém que acompanha a Orla desde o canal do *Youtube* e o primeiro EP, sempre me fascinou muito a forma como ela compõe e a constante tentativa de explorar seu som, mantendo um jeitinho característico. Neste álbum em específico, fica muito clara a evolução dela como artista — ainda consigo ouvir as raízes e identificar como, desde o EP *Lonely People*, passando pelo primeiro álbum e até mesmo o projeto com seus amigos, a banda FIZZ, influenciaram e trouxeram uma liberdade sonora ainda maior para ela. É uma junção perfeita de sua discografia, mas que ainda surpreende e mostra lados nunca vistos de Orla, com a identidade única que apenas ela consegue entregar.

9,5/10

Por
CAROL
ARANHA

Uma cronicamente online aberta à todo e qualquer tipo de música, desde artistas pop mainstream, de médio porte, até o artista com dois ouvintes no Spotify.

No **Last.fm**
de Carol:

Everybody Needs A Hero tem 116 scrobbles desde o seu lançamento, com a faixa *Who Am I?* sendo a mais ouvida.

CAJU

Liniker



ANO 2024 **DESTAQUES** *Veludo Marrom*, *Me Ajude a Salvar os Domingos*, *Febre* **DURAÇÃO** 1h09min **ESTILOS** Pop, Pagode, Jazz, R&B, Dance, House, Brega, Soul, MPB **PRODUÇÃO MUSICAL** Liniker, Fejuca e Gustavo Ruiz **PRA VOCÊ QUE CURTE** Djavan, Agnes Nunes, Ana Frango Elétrico, Luedji Luna.

Em *CAJU*, Liniker desenvolve seu alter ego, de mesmo nome do álbum, e recusa limitações em todos os aspectos. Com 14 faixas, sendo algumas com mais de 7 minutos, *CAJU* navega na direção oposta ao que a indústria musical tem buscado nos últimos anos. Mesmo se posicionando contrário à lógica do *Tik Tok*, o disco se mantém popular ao apresentar uma nova perspectiva para a temática mais comum da música (e de nossas vidas): a busca pelo amor.

As primeiras faixas do álbum são as mais densas e onde Liniker mais acerta. Ao som de arranjos orquestrais, ela discorre sobre os desejos mais profundos de *CAJU* em uma lírica direta e avassaladora. O disco inicia com a faixa-título discorrendo sobre o medo da solidão e o desejo de compartilhar uma vida a dois. Os vocais se unem aos instrumentos para criar um ambiente acolhedor onde é possível sentir e se entregar à letra. Cada acorde torna mais difícil não se emocionar ou se apaixonar por Liniker. O álbum segue esse mesmo ritmo nas canções seguintes, com destaque para a gigante — tanto em qualidade, quanto em duração — *Veludo Marrom* que encena o que seria um dia romântico perfeito para alguém que sonha com um amor doce e tranquilo.

Quase na metade do álbum, Liniker se aventura em canções mais leves e solares enquanto passeia por alguns gêneros musicais como pop, R&B, pagode, dance e house. A face mais alegre e extrovertida do disco aparece em parcerias com diversos artistas: na envolvente *Negona dos Olhos Terríveis*, por exemplo, a artista se une ao

BaianaSystem e nos presenteia com o ritmo perfeito para embalar o Carnaval em uma ode ao feminino encantador de *CAJU*. Entre outras parcerias do álbum, estão Lulu Santos e Pablo Vittar na dançante *Deixa Estar* e a Melly na sensual *Papo de Edredom*.

Mesmo que a escolha de trazer colaborações acerte em alguns momentos, algumas faixas se sairiam muito bem, ou até melhor, somente na voz de Liniker. Seu timbre potente e sua sabedoria em utilizá-lo são um deleite mais do que suficiente para prender quem se permite apreciar o disco. Chegando ao final, as últimas faixas não são tão arrebatadoras quanto as primeiras. Ainda assim, é interessante acompanhar os vários caminhos que Liniker percorre sem perder sua assinatura.

Ao fim, o que fica é o encantamento com a grandiosidade de uma artista singular e a vontade de ouvir tudo de novo. *CAJU* é um dos álbuns mais importantes do ano e um lembrete de tudo o que a música brasileira é: diversa, única, intensa e vibrante.

8/10

Por
**ELISABETH
EBLING**

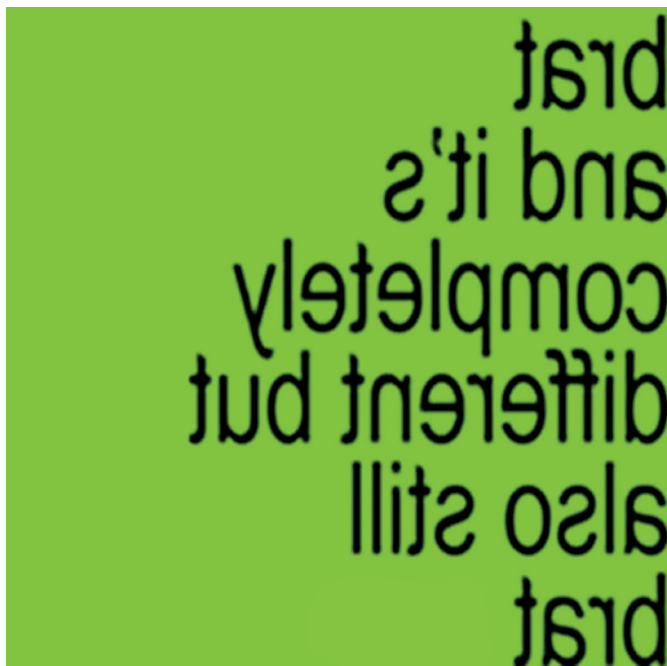
Estudante de Comunicação Social — Publicidade e Propaganda na Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), apaixonada por música e membro do Jukebox800, Projeto de Extensão que divulga artistas independentes.

No Last.fm
de Beth:

CAJU tem 125 scrobbles desde o seu lançamento, com a faixa *Me Ajude a Salvar os Domingos* sendo a mais ouvida.

Brat and it's completely different but also still brat

Charli xcx



ANO 2024 DESTAQUES *Everything is romantic featuring Caroline Polachek, Girl, so confusing featuring Lorde e I think about it all the time feature Bon Iver* **DURAÇÃO** 50min38seg **ESTILOS** Electropop, Electronic Dance Music, Hyper Pop **PRODUÇÃO MUSICAL** A. G. Cook, Bon Iver, Charli XCX, Cirkut the Dare, El Guincho, Finneas, Finn Keane, George Daniel, Hudson Mohawke, the Japanese House, Jason Lader, Jon Hopkins, Jon Shave, Julian Casablancas, Lotus IV, Novodor, Styalz Fuego, TimFromTheHouse, Toby Wincorn e Zhone **PRA VOCÊ QUE CURTE** Shygirl, Magdalena Bay, The Dare.

Verde é a cor de 2024. Não qualquer verde, mas sim o verde *brat*. O audacioso e provocativo projeto da cantora e compositora britânica Charli xcx, lançado em junho de 2024, tornou-se muito além de um álbum e virou um estilo de vida, revivendo elementos da cultura *clubber* em canções envolvidas com doses de hedonismo e crises existenciais. É na potência de batidas de electropop e electronic dance music que a artista confia suas maiores inseguranças e medos, que se mesclam ao suor de uma festa que não tem hora para terminar. Nesse evento da cultura pop, somos os convidados VIP de Charli, que agora se consolida como uma *pop star*, ao mesmo tempo em que se apresenta vulnerável, genuína e autêntica.

O *brat summer* pode ter até se despedido com o fim do verão no hemisfério Norte, mas isso não impediu Charli de lançar um álbum de *remixes*, denominado *Brat and it's completely different but also still brat*. Nesse novo projeto, a cantora colabora com diferentes artistas na tentativa de desconstruir as suas canções já tão celebradas no álbum original, em uma coleção que explora novas direções, influências e possibilidades, fazendo jus ao "completamente diferente" do título.

Entre os convidados, temos alguns colaboradores de longa data da cantora, como A.G. Cook, Troye Sivan e Caroline Polachek. Além deles, nomes relativamente inesperados marcaram presença, como Lorde, Bon Iver, Julian Casablancas, The Japanese House, Billie Eilish, Kesha, Tinashe e até mesmo Ariana Grande. Ao

longo de todo o álbum, dá para perceber como Charli valoriza imensamente a participação e a visão de cada artista, concedendo a eles muita liberdade criativa para reinventar as faixas e dar uma nova vida para cada uma delas. Todos inserem nas músicas muito de sua personalidade e estilo, adicionando novas camadas para o que se entende pelo fenômeno cultural *brat*.

É realmente impressionante como um projeto de suporte, apresentado simplesmente como um "álbum de *remixes*", consegue manter uma consistência significativa, demonstrando que Charli está mais do que consciente do seu impacto, completamente segura de tomar decisões ousadas e surfar o momento, explorando diferentes perspectivas e, acima de tudo, se divertindo. Essa enérgica e dinâmica coletânea soa como um presente de Charli aos seus fãs, uma celebração de toda a sua longa trajetória até aqui, e uma consolidação definitiva do sucesso da era *brat*.

7/10

Por
ANA
PAULA
VOIGT

Estudante
de Direito.
Apaixonada por
cinema, música
e games.

No Last.fm
de Ana:

Brat and it's completely different but also still brat tem 50 scrobbles desde o seu lançamento, com a faixa *Talk talk featuring troye sivan* sendo a mais ouvida.

eternal sunshine

Ariana Grande



ANO 2024 **DESTAQUES** *the boy is mine*, *imperfect for you* **DURAÇÃO** 35min **ESTILOS** Pop, Electropop, House, Synth Pop, R&B **PRODUÇÃO** **MUSICAL** Ariana Grande Max Martin, Ilya, Shintaro Yasuda, Nick Lee, Oskar Görres, Davidior, Luka Kloser, Will Loftis e Aaron Paris **PRA VOCÊ QUE CURTE** Taylor Swift, Madison Beer e Selena Gomez.

Ariana Grande viveu anos movimentados, mesmo com poucos lançamentos autorais. Desde o início da pandemia, quando lançou *Positions*, a cantora manteve-se no *mains-tream* com colaborações de sucesso ao lado de Lady Gaga, The Weeknd e Justin Bieber. Agora, em meio às gravações do filme *Wicked* e polêmicas pessoais, ela retorna com seu novo projeto musical, *eternal sunshine*. Inspirado em suas recentes experiências amorosas, o álbum faz alusão ao filme *Brilho Eterno de uma Mente Sem Lembranças*.

O paralelo entre o filme e o disco faz sentido, pois ambos abordam as memórias de um relacionamento passado e como os bons e maus momentos fazem parte de qualquer relação. Diferente dos últimos trabalhos, Ariana se afasta um pouco dos gêneros urbanos como o R&B e o trap, resgatando o pop dançante de *Dangerous Woman* e *Sweetener*.

O álbum conta com uma *intro* que antecipa a temática explorada em todo o projeto: "Como sei que estou no relacionamento certo?". Cantando de forma suave, Ariana explora a busca e a perda do amor verdadeiro, definindo o tom de faixas como *bye* e *don't wanna break up again*, que refletem seu término com Dalton Gomez de forma vulnerável e confessional.

Na primeira metade do álbum, uma *interlude* inspirada no "retorno de Saturno" — fase astrológica ligada a grandes mudanças, coincidindo com a chegada dos 30 anos de Ariana — cria uma pausa reflexiva que leva à faixa-título *eternal sunshine*. No entanto, o álbum perde um pouco de força nas duas faixas seguintes, *supernatural* e *true story*,

que trazem temas repetidos e refrões menos marcantes.

A energia é renovada na segunda parte, com *the boy is mine*, *yes, and?* e *we can't be friends*, o *single* de maior sucesso nas paradas.

A reta final surpreende ao apresentar vocais tocantes em *i wish i hated you* e produção inventiva em *imperfect for you*. O encerramento chega com *ordinary things*, onde Ariana reflete sobre como as coisas simples, como apenas passar um tempo com quem se ama, são o que realmente importa. A mensagem ganha um toque ainda mais especial com a participação de sua avó, Nonna.

Diferente de outros artistas que apostam em álbuns longos, *eternal sunshine* é um retrato sincero, dançante e delicado da vida amorosa e da relação de Ariana com a mídia e seus fãs. Embora não reinvente a roda, é bem-sucedido em manter o brilho da estrela pop em um ano repleto de reviravoltas na vida pessoal e em um cenário musical que há tempos não era tão agitado como neste ano.

8/10

Por
LUCAS LISBOA

Manezinho com uma boa dose de "quase": quase psicólogo, quase jornalista e quase crítico cultural. Mas sempre um apaixonado por música pop.

No Last.fm
de Lucas:

eternal sunshine tem 183 scrolls desde o seu lançamento, com a faixa *the boy is mine* sendo a mais ouvida.

ESTA PRIMEIRA EDIÇÃO DE **FONE** FOI FEITA COM CARINHO, SUOR, MÚSICA E IMAGENS LINDAS, QUE CREDITAMOS ABAIXO. AGRADECEMOS POR NOS ACOMPANHAR ATÉ O FIM DESTA LEITURA :)

pré & pós textuais

Unsplash e Pexels.

p. 8 a 15

Colagens feitas com imagens livres e fotografias do *We In The Crowd*.

p. 18 a 33

Cenas do filme cedidas por Matheus Marchetti e elementos de bancos de imagens livres.

p. 34 a 65

Direitos reservados às gravadoras responsáveis pelos discos estampados na matéria. Imagens de *sleevefaces* pertencem ao blog *sleeveface.com*.

p. 66 a 71

Wikimedia Commons, Unsplash e Freepik.

p. 72 a 85

Unsplash, Pexels e Freepik.

p. 86 a 87

Direitos reservados à *Scrobble, Discovering Artists, Todavia* e *Hulu Star+*.

p. 88 a 97

Retratos pessoais cedidos por Jack Kotz.

p. 98 a 107

Direitos reservados às gravadoras responsáveis pelos discos resenhados.





40 anos depois de seu lançamento, o álbum *Fullgás*, da consagrada Marina Lima, segue relevante e revigorante. O projeto nasceu para romper as amarras de um tradicionalismo na música que refletia a política da época, com um pop que florescia diante da disputa sutil entre MPB e rock que tomava o Brasil nos anos 1980.

Ao trazer elementos modernos, timbres digitais, baterias eletrônicas e a presença frequente do teclado portátil, hoje marca registrada em *dream rocks* e *popzinhos* mais alternativos, Marina se opôs à música nacional daquele período, que considerava careta.

Para quem só ouviu a música que dá nome ao álbum, vale procurar o *Manifesto Fullgás*, contido no encarte do disco. À frente do seu tempo e mais atual do que nunca, ele diz: "[...] para nós, bom é ser contemporâneo ao mundo. Tomamos partido pelo presente e nele pelo mais full gás e mais fugaz. Se nossa música é política? Nossa música é a nossa política."

te contamos mais
na próxima edição!

FONE