

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO**

LUAN FERREIRA DE AVILA

**LATINO RESISTE: A VISIBILIDADE COMO INSTRUMENTO DE
CONSTRUÇÃO DE NOVAS TERRITORIALIDADES LATINO-AMERICANAS**

PORTO ALEGRE

2015

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO**

LUAN FERREIRA DE AVILA

**LATINO RESISTE: A VISIBILIDADE COMO INSTRUMENTO DE
CONSTRUÇÃO DE NOVAS TERRITORIALIDADES LATINO-AMERICANAS**

Trabalho apresentado como requisito parcial
para obtenção do título de bacharel em
Comunicação Social pela Universidade Federal
do Rio Grande do Sul.

Orientação: Nilda Jacks

Co-orientação: Dulce Mazer

PORTO ALEGRE

2015

RESUMO

Essa pesquisa busca apontar as formas a partir das quais a visibilidade serve como instrumento de construção de *territorialidades* (HERSCHMANN, 2010) desvinculadas de sentidos colonizadores por meio dos recursos ofertados pelo campo da mídia. O objeto de análise é a Latino Resiste, gravadora digital criada por Alberto Caballero, cidadão colombiano radicado em Toronto que promove produções de gêneros latino-americanos através da firmação de parcerias com outros canais de distribuição de conteúdo musical. A investigação é centrada na *visibilidade mediada* (THOMPSON, 2007) por Alberto Caballero sobre o trabalho de artistas de circuitos culturais (HERSCHMANN, 2013) alternativos. Se desenrola no formato de um estudo de caso exploratório com entrevista semi-estruturada (OLIVEIRA, 2008). Conclui-se que o DJ executa ativamente a busca pela multiplicação de *paisagens midiáticas* (APPADURAI, 1996) que carreguem consigo novas formas pensar sobre o que é ser latino-americano, o que ocorre graças à consciência de sua performatividade (YÚDICE, 2001) no campo da mídia - ou, em outras palavras, seu potencial de agência mobilizadora a partir de visibilidades particulares promovidas na mídia.

Palavras-chave: Circuito Cultural; Latino Resiste; Territorialidades; Paisagens midiáticas.

ABSTRACT

This research aims to point out the ways in which visibility becomes a tool for constructing *territorialities* (HERSCHMANN, 2010) that are unrelated from colonial mentalities through the field of media. The object of analysis is Latino Resiste, *netlabel* (GALUZSKA, 2012) created by Alberto Caballero, a Colombian citizen based in Toronto who promotes latin-american genres through partnerships with other music content distribution channels. The investigation is centered on the *mediated visibility* (THOMPSON, 2007) conferred by Alberto Caballero on the work of artists from alternative *circuits of culture* (HERSCHMANN, 2013), and unravels as an exploratory case study with a semi-structured interview (OLIVEIRA, 2008). It is found that the DJ actively executes the multiplication of *mediascapes* (APPADURAI, 1996) that carry on themselves new ways of thinking about what it means to be latin-american, which occurs thanks to the consciousness on his *performativity* (YÚDICE, 2001) within the field of media – or, in other words, his potential of agency through culture translated in particular visibilities promoted inside the media.

Keywords: Circuit of culture; Latino Resiste; Territorialities; Mediascapes.

AGRADECIMENTOS

Agradeço muito aos meus colegas da faculdade por terem me proporcionado índices de produtividade científica certamente compensados pelas convivências que tive na FABICO.

Os meus amigos de fora da FABICO serão agradecidos no decorrer da vida, mas Beta e Marcela, obrigado por sempre me darem casas de produtividade... sempre ;))) E Ise obrigado pelas refs. E agradeço tb a Stefanie, por estarmos nos formando juntos!!

Agradeço demais à Nilda Jacks por trabalhar com pessoas tão boas ... sempre respeitei você, Nilda!

Obrigado à Dulce, que não só atendeu minha ligação como topou acompanhar o desenvolvimento desse projeto a cada passo, lendo absurdos de cabo à rabo e sugerindo melhorias atenciosas que certamente fizeram da banca um momento mais tranquilo.

Também agradeço aos membr@s da banca, Fernanda e Tabita, por toparem entrar na ideia e contribuir pra que eu seja um bacharel (com sorte) de conceito (A B ou C).

Obrigado à minha mamis que me criou pro mundo que eu quisesse.

À Lisiane Aguiar que me engatinhou com atenção no início.

Ao Caballo que se disponibilizou pra me dar a entrevista.

Aos que se ofereceram pra revisar... Nicole e Fernandinha que eu lembro de cabeça, mas tenho certeza que foram mais pessoas.

Também agradeço ao meu *team* profissional por dias tranquilos pra trabalhar nesse grande projecto.

Mais importante que citar nomes e nomes é agradecer à todas as pessoas que pararam pra ler esse trabalho.

Obrigadooooo! ☺

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

- Figura 1** - lançados pela Latino Resiste, a dupla de chilenos que compõe o Bacondo reposicionam sua bandeira globalmente ²¹ 35
- Figura 2** - frame do clipe de "El Carnaval", lançado a partir da Latino Resiste 38
- Figura 3** – coletânea de Tribal Mexicano lançada pela Latino Resiste e redistribuída na página da Mad Decent..... 40
- Figura 4** - Ruta Panamericana Del Sonido, coletânea de artistas regionais lançada pela Latino Resiste, redistribuída gratuitamente na página da Mad Decent..... 44
- Figura 5** - Postagem sobre a "diáspora latina" a partir da música, mais um relançamento da Latino Resiste dentro da página da Mad Decent 48
- Figura 6** - o posicionamento político da Latino Resiste na promoção da música boliviana. 50
- Figura 7** - *widget* do Twitter na página da Latino Resiste mostrando suas interações junto a outros canais de divulgação formais, como a MTV Brasil...51

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	8
CAPÍTULO 1 – Contextualizações iniciais	10
a. Circuito musical - teoria e prática	11
b. \$ Colonialismo neoliberal \$	15
c. Distribuição da cultura como fonte de poder	19
d. O objeto – Latino Resiste pela Mad Decent	20
i. Mad Decent e amigos	22
ii. LR por MD - Latino Resiste através da Mad Decent	25
CAPÍTULO 2 – Formas de fazer	29
a. Revisão bibliográfica	31
b. Pesquisa de dados secundários.....	32
c. Entrevista de investigação semi-estruturada.....	33
CAPÍTULO 3 – Reimaginar-se pela visibilidade	35
a. Desenvolvimento desigual.....	36
b. Paisagens midiáticas como recurso	38
c. Mediações em cenas e circuitos.....	43
d. A performatividade nas mediações globalizadas.....	46
CAPÍTULO 4 – A hora da verdade	53
a. Circuitos culturais como um recurso.....	53
b. Sujeitos políticos em mediações culturais	57
c. Visibilidade performada – A cultura <i>para o</i> recurso	62
CONCLUSÃO	67
REFERÊNCIAS	70
APÊNDICE I – Base para a entrevista com Alberto Caballero	75
APÊNDICE II – Transcrição da Entrevista	77

INTRODUÇÃO

Este estudo aborda algumas formas como artistas pertencentes a *circuitos culturais* (HERSCHMANN, 2013) *diaspóricos* (APPADURAI, 1996) circulam em torno de parcerias que contribuem para a consolidação de imaginários múltiplos em torno da América Latina a partir da expansão de sua visibilidade mediada, ou seja, esforços em tornar determinada representação visível (THOMPSON, 2007) a partir dos espaços ofertados no campo da mídia. Essa multiplicidade de imaginários, defende-se aqui, é permitida pelas diversas replicações de conteúdo de *cenais musicais* (JANOTTI JR., 2012) do continente em veículos de comunicação regionais e estrangeiros.

O trabalho tem como objetivo verificar se o aumento da visibilidade de artistas e produtores musicais que se identificam com fragmentos culturais latino-americanos serve como uma estratégia de diversificação de imaginários que desmistificam a América Latina enquanto colônia.

No primeiro capítulo, os conceitos de *cena musical* (JANOTTI JR, 2012) e *circuito cultural* (HERSCHMANN, 2010) são apresentados junto a uma contextualização histórica (CASTELLS, 2005; REN, 2005; PRYSTHON, 2001) que precede a introdução do objeto: a Latino Resiste, uma *digilabel*, ou *netlabel* – selo digital de distribuição de música gratuita (GALUZSKA, 2012, p. 6)¹ - comprometida com a disseminação da voz de artistas que estejam de alguma forma vinculados à América Latina, o que se dá também através do estabelecimento de parcerias com diferentes canais de distribuição. Entre esses canais, se destaca a Mad Decent, gravadora americana de maior porte que mantém uma relação ativa na divulgação de conteúdo da gravadora digital Latino Resiste. Essa relação se dá a partir da colaboração de Alberto Caballero, o Caballo, que é fundador da Latino Resiste e também colaborador da Mad Decent.

No segundo capítulo, apresenta-se formalmente o método. Vale ressaltar que no início da pesquisa pensava-se em construir o estudo

¹ Digilabel, netlabel são termos que fazem alusão à selos musicais mobilizados na internet.

puramente a partir de dados secundários, sem interferências externas às informações coletadas pela internet. No entanto, à medida que esses dados foram sendo postos em relação à base teórica transdisciplinar que compõe o projeto, foi se revelando também a necessidade de abrir o leque de estudo aos posicionamentos exercidos pelos membros que compõem o circuito cultural analisado. Aí que a pesquisa, que buscava delimitar objetivos e hipóteses fixos sobre uma base de dados secundários, acabou por se desenvolver como um estudo caso de natureza exploratória que considerou a subjetividade de Caballo e sua posição entre as duas iniciativas abordadas no projeto.

Com o caráter exploratório já assumido, o terceiro capítulo aborda a relação entre a Latino Resiste e a Mad Decent, relacionando as ideias de *desenvolvimento geográfico desigual* (HARVEY, 2005) também à constituição de diferentes *paisagens midiáticas* (APPADURAI, 1996) que digam respeito à produção de seus artistas, responsáveis pela produção de múltiplas *territorialidades* (HERSCHMANN, 2013) a partir de mobilizações em torno da cultura como recurso (YÚDICE, 2001).

Por fim, no capítulo quatro, analisa-se o levantado nos capítulos anteriores, já em confluência com a entrevista concedida pelo DJ, buscando elucidar questões sobre a *performatividade* (YUDICE, 2001) de Caballo na promoção de formas de coexistir distintas, que ressaltam o potencial criativo que existe em torno da ideia de América Latina – e possibilitadas pelo auto-reconhecimento de Caballo enquanto um *sujeito político* (MARTÍN-BARBERO, 2003) que atua ativamente no campo da mídia.

CAPÍTULO 1 – Contextualizações iniciais

A Mad Decent (MD) é uma gravadora independente americana cujo posicionamento de mercado é o da difusão de culturas regionais. Já a Latino Resiste (LR) é uma *netlabel* (GALUZSKA, 2012), ou um repositório digital gratuito de produções musicais latino-americanas, que tem como preocupação a difusão de ritmos regionais em uma escala global.

Neste capítulo, o conceito de circuito musical é apresentado em torno de dados disponibilizados por órgãos que fomentam o desenvolvimento da indústria da música (IFPI, 2014; PwC 2010), como forma de contrastar circuitos comunicacionais alternativos presentes em nosso continente com as práticas mercadológicas incentivadas pela indústria fonográfica.

Em seguida, busca-se identificar os usos dos meios de comunicação no contexto de uma sociedade globalizada em torno de sanções colonizadoras (PRYSTHON, 2011), atualmente executadas por uma forma neoliberal se de governar (REN, 2005). É nesse contexto que diferentes imaginários sobre regionalismos latino-americanos são tornados visíveis e, conseqüentemente, permitem a construção de *comunidades imaginadas* (ANDERSON, 2008) que referenciam às delimitações geográficas e culturais do continente.

Transpondo o apresentado ao nível empírico, a Latino Resiste é tomada como objeto para o desenvolvimento das reflexões que guiarão a discussão em torno do título do projeto. Essa iniciativa, que não tem fins lucrativos, tem grande suporte distributivo da Mad Decent, gravadora independente, também apresentada. A justificativa para o projeto é simples: é possível conceber possibilidades de redefinição da imagem do continente latino-americano em escala global a partir de investimentos na mídia. Cabe, então, investigar o papel dos sujeitos envolvidos neste processo.

O enfoque é conferido nas divulgações da Latino Resiste dentro da Mad Decent, que ocorre primariamente através do idealizador da netlabel e também colaborador da gravadora, Alberto Caballero – colombiano radicado em

Toronto cujo interesse pela intervenção através da cultura servirá como tópico de reflexão e discussão ao longo dos próximos capítulos.

a. Circuito musical - teoria e prática

Segundo definição de Cortês (et al., 2008), a Indústria Fonográfica é o conjunto das empresas especializadas em gravação e distribuição de mídia sonora, seja em formato de CD, fita cassete, LP e vinil, ou em formatos de som digital como o MP3. (CORTÊS et. al, 2008, p. 2). Essa indústria, que se esquematiza em torno de uma cadeia de produção que mobiliza a cultura, que serve também como um laboratório para estudar diferentes setores das indústrias culturais (HESCHMANN; KISCHINHEVSKY, 2011, p. 23).

As relações que movimentam a música ocorrem dentro do que Janotti Jr. (2012) chama de cena musical, definida por ele como “a vivência de experiências que atravessam aspectos estéticos, econômicos e identitários relacionados aos processos de comunicação da música popular massiva (p. 1). Cenas podem ser estudadas a partir do “mapeamento da materialização de seus circuitos culturais” (JANOTTI JR., 2012, p. 2), o que significa identificar as lógicas comerciais e práticas sociais atreladas ao espaço de ações construído em cada cena, denominado por ele de *territórios sonoros* (ibid, p. 2).

O autor afirma que nomear um espaço é uma forma de transformá-lo em território. “Uma cena de heavy metal”, exemplifica, é construída “tanto sobre possibilidades de partilha de experiências em torno da sonoridade metal em seus territórios sonoros, bem como através de posicionamentos sobre o *outro*” (JANOTTI, 2012, p. 5, grifo do autor). Os territórios sonoros são compostos por uma série de gêneros musicais e práticas que envolvem a circulação sobre eles. Assim, circuitos culturais alternativos constroem territórios sonoros que permitem distintas trocas de experiência entre comunidades de pessoas.

Cabe ressaltar que à medida que tecnologias de comunicação e informação entram em diferentes setores da sociedade, novas configurações no circuito cultural da música emergem, possibilitando a multiplicidade de territórios sonoros que se sobrepõem aos dominados pela indústria fonográfica.

Herschmann (2013) indica a resistência para pagamento por fonograma, o enfraquecimento de consumos de álbuns e a redução do *casting* de artistas e o surgimento de novos papéis para artistas, produtores e consumidores – estando todas essas mudanças interligadas à emergência da Era Digital (p. 3), que se constrói em torno do que Castells (2005) chama de fluxos - de mobilidade e circulação da informação, fruto da transformação do tempo junto à ascendência das tecnologias da comunicação e informação (2005, p. 469).

O autor define a sociedade em rede como uma “estrutura social baseada em redes operadas por tecnologias de comunicação e informação [...] que geram, processam e distribuem informação a partir de conhecimento acumulado nos nós dessas redes” (CASTELLS, 2005, p. 20).

O estudo de um selo independente como a Latino Resiste deve, então, observar o contexto em que ela está inserida - um mercado que possui lógicas de produção e consumo que, além de híbridas e/ou entrecruzadas, são constantemente reinventadas a partir das transformações permitidas pelo avanço de novas tecnologias (HERSCHMANN; KINSCHINHEVSKY, 2011, p. 24).

É no contexto da sociedade da informação que reside o crescimento da importância de gravadoras e distribuidoras independentes baseadas na web em detrimento das institucionalizadas no tradicional meio da indústria.

Em seu livro “A Cauda Longa” (2007), Chris Anderson² discorre sobre como o avanço da tecnologia – especificamente da internet – fragmentou o mercado de massa em torno de diversos nichos de mercado, cuja a soma dos valores (públicos, impactos ou margem) equivale a um “mercado significativo” (ANDERSON, 2007, p. 10).

Um dos fatores-chave para essa transformação é a democratização dos meios de produção e distribuição e conseqüente surgimento de uma “economia da abundância”, definida pelo autor como sendo “o que acontece quando os gargalos que se interpõem entre a oferta e demanda em nossa cultura começam a desaparecer e tudo se torna disponível para todos” (ANDERSON,

² Editor-chefe da revista Wired

2007, p. 11). A indústria da música aparenta estar ciente das transformações na veiculação de informação, e trabalha para consolidar seu campo frente às novas tecnologias.

Segundo a IFPI, Federação Internacional da Indústria Fonográfica, “o negócio da música continua a se expandir em novos mercados e criar novos modelos de negócio, atraindo mais usuários para serviços de música digital e trazendo artistas para uma audiência global mais ampla” (IFPI, 2014, p. 14³). Em seu relatório anual de consumo de música digital (2014), a federação aponta um aumento de 3% de *downloads* de música durante os últimos cinco anos, atingindo a marca dos 67% se comparado à outras formas de consumo digital como o streaming e utilização de serviços como last.fm ou Spotify⁴.

A América Latina é um mercado em alta velocidade de expansão – o consumo de músicas digitais aumentou 124% no continente em apenas três anos, um indicador extremamente alto se comparado a média global do mesmo período (28%). Somando todos os mercados, a circulação de músicas digitais representou 39% do lucro da indústria fonográfica em 2013 – uma fatia de 5,9 bilhões de dólares (IFPI, 2014, p. 6). É relevante apontar que todos esses números são publicados por uma organização que busca fomentar a circulação de artistas e músicas como prática industrial, e que a validade desses mesmos números é passível de questionamentos, uma vez da impossibilidade de se mensurar a circulação de produtos por meios informais como, por exemplo, dispositivos de armazenamento em *flash* e compartilhamento através de redes *P2P*, conforme coerentemente apontado por Yúdice. Em sua pesquisa, o autor também menciona relatório divulgado pela consultora financeira *PricewaterhouseCoopers*, que aponta que, em 2010, a participação da América Latina no mercado global da música foi de **apenas 3,8%** em relação a outras regiões do mundo (YÚDICE, 2011, p. 21).

Certamente, modos de produção e circulação alternativos, ou seja, que não estão vinculados a instituições formais como gravadoras - como no caso da pirataria ou da organização em coletivos de distribuição gratuita ao estilo da Latino Resiste -, são também responsáveis pela baixa representatividade deste

³ Tradução do autor.

⁴ Plataformas de distribuição de música digital.

número⁵ no contexto da indústria global, pelos simples fato de objetivarem o fluxo de capital *cultural* em detrimento de capital *financeiro* – o que certamente não está alinhado com os indicadores que os membros da indústria fonográfica visam mensurar (cifrões).

O fato é que indicadores como esses fazem com que empresários do ramo da música sigam definindo a América Latina, mais uma vez, como uma região que, apesar de possuir um alto *potencial* de desenvolvimento, não deva ser prioridade para o investimento de organizações que visam a lucratividade – pelo menos não até essas encontrarem alternativas para apreensão desse mercado regional com o controle e a escalabilidade que precisam para desenvolver negócios na região.

Um exemplo prático da dificuldade de penetração que a indústria fonográfica enfrenta na América Latina é o da incapacidade de controlar a circulação de gêneros de periferia como o funk carioca e o tecnobrega, por possuírem formas de circulação alternativas. De acordo com Hermano Vianna, os consumidores se relacionam com produções desses gêneros “de maneira totalmente diferente do padrão que as gravadoras aprenderam a controlar, e do qual sabem tirar seus lucros” (2003, p. 10). Aí que os números apresentados acima não apreendem múltiplas formas de se fazer cultura – e, assim, as excluem de seus funis de negócios. Uma vez que esses gêneros desafiam modelos de negócios tradicionais – o do lucro a partir da venda de fonogramas organizados em álbuns, e da exploração da imagem de seus artistas. Dessa forma, a América Latina é financeiramente abandonada em detrimento do investimento em outros continentes: regiões que, no final das contas, trarão maior margem aos *players* da indústria fonográfica.

5 Uma forma interessante de realçar a representatividade deste número pode ser apontar que **96,2%** do lucro do mercado da música é mobilizado em outras regiões do mundo que não a América Latina.

b. § Colonialismo neoliberal §

A reflexão trazida acima remete à *condição colonial* à qual a América Latina está inserida ainda hoje. Neoliberalismo e pós-colonialismo são noções importantes na constituição deste trabalho – pois tanto em suas origens históricas⁶ (cronológicas) quanto ideológicas (de manutenção de poder), o que está em pauta são as relações de poder construídas sobre o paradigma dual *dominante vs. dominado*, em que o capital cultural do segundo pode ser explorado em benefício (moral, financeiro) do primeiro.

Consolidada no meio acadêmico em meados de 1980, a linha de estudos culturais em pós-colonialismo parte da premissa de que a dominação exercida no passado por países colonizadores não cessou de existir após esses desocuparem suas até então colônias.

Prysthon (2001) argumenta que os estudos em pós-colonialismo modificaram o paradigma do “terceiro mundo” ao ampliar sua referência para territórios que estão além de “um bloco homogêneo”, perspectiva que realça a multiplicidade de desigualdades existentes no mundo em que vivemos. A autora aponta que a teoria pós-colonial abarca uma série de definições étnicas e históricas em um guarda-chuva que confere “abertura [...] para a cultura (e principalmente para os intelectuais) dos países periféricos” (PRYSTHON, 2001, p. 29).

Os estudos desta linha de pesquisa se focam na desigualdade e “condição de oprimido” (PRYSTON, 2001, p. 24) das ex-colônias, que apesar de desocupadas passaram a ser controladas simbolicamente por meio de “sistemas de exclusão de outras realidades” (PRASAD; PRASAD, 2001), executados através do reconhecimento de um *outro* enquanto ser exótico, passível de estranhamentos fundamentados em visões etnocêntricas⁷ que mistificam o desconhecido – como no caso da comodificação⁸ da cultura *oriental* pelos Europeus, muito bem observado por Edward Said (1990).

⁶ Para noção de neoliberalismo em seu contexto histórico, ver HAYEK, 2010.

⁷ Para uma visão aprofundada sobre eurocentrismo, ver SHOHAT; STAM, 1994

⁸ Apropriação de símbolos culturais com finalidades mercadológicas. Ver ADORNO; HORKHEIMER, 1985; BENJAMIN, 1968.

Esse sistema de compreensão do mundo parece, hoje, estar inserido em uma lógica de relações neoliberais, que Hai Ren afirma refletir “mudanças de relacionamento entre instituições de poder (especialmente o estado e o mercado) e a governança de sujeitos políticos (pessoal e grupos)”⁹ (REN, 2005a, p. 6) .

Quijano (2005) discute sobre como o colonialismo é realizado a partir de uma forma de pensar neoliberal. “Na América Latina em particular, as formas mais estendidas de controle do trabalho são não-salariais, ainda que em benefício global do capital, o que implica que as relações de exploração e de dominação têm caráter colonial” (p. 236).

O autor dá como exemplo os movimentos de independência latino-americanos, que, por se espelharem no modelo de organização política Europeu, mantiveram o que ele chama de “eurocentrismo do capitalismo colonial/moderno” (QUIJANO, 2005, p. 236).

Assim, quando fala de formas estendidas de controle do trabalho serem não-salariais, o autor refere-se também à detenção do poder de fixar sujeitos em determinadas condições de vida por meio da manutenção de ordens etnocentristas/colonialistas dos países ditos de “primeiro mundo” a partir da perpetuação de mentalidades que também estejam colonizadas.

A colonização internalizada de Quijano (2005) é exercida hoje através da conduta neoliberal, que faz com que assumamos a responsabilidade sobre ações e pensamentos que estejam alinhados aos interesses de uma minoria elitista (REN, 2005, p. 7) que, hoje, exerce a situação em uma escala global.

Cabe ressaltar o papel (dos usos) da mídia na negociação de relações de poder e modos de organização social que dizem respeito à circulação de informações que, por fim, são apropriadas por consumidores espalhados pelo globo. Segundo Stuart Hall:

“Hoje, a mídia sustenta circuitos globais de trocas econômicas dos quais depende todo o movimento mundial de informação, conhecimento, capital, investimento, produção de bens,

⁹ No original – “historically, neo-liberalism reflects the changing relationship between institutions of power (especially the state and the market) and the governance of political subjects (people and multitude)”.

comércio de matéria prima e marketing de produtos e ideias”.
(HALL, 1997, p. 2).

Os meios de comunicação, compreendidos na interseção entre pós-colonialismo e neoliberalismo, possuem uma importância na constituição, manutenção e reconfiguração sobre as formas de se construir realidades na contemporaneidade, como bem aponta o autor¹⁰.

Reconhecendo o papel dos meios na constituição de realidades e identificações pessoais e coletivas é que Anderson (2008) apresenta uma análise sobre o surgimento da ideia de *comunidade nacional*. Em seu livro, o autor aborda como o desenvolvimento da imprensa permitiu que as pessoas se identificassem como membros de uma mesma comunidade, unida em torno de uma série de discursos que utilizavam referências coletivas que diziam respeito à ideia de Estado-Nação e que, por meio da circulação de conteúdo em grande escala (ou seja, visibilidades), acabava por consolidar uma série de pertencimentos que se davam no nível do imaginário.

Neste projeto, o enfoque se dará à ideia de latinidade uma enquanto comunidade imaginada, em que a sociedade em rede habilita a troca de informações sobre formas de se viver em uma velocidade muito alta e espaço de tempo quase zero, o que permite que a ideia de comunidades nacionais se dissolva, uma vez que seus membros passam a se reorganizar em torno do que Canclini (2000) chama de *comunidades transnacionais*. Essas comunidades são compostas por pessoas que possuem interesses convergentes em determinados pontos que, agora, independem de nacionalidades ou fronteiras de estados nacionais. Diferentes comunidades se materializam através de visibilidades pela mídia, espaço de fluxos dominado por interesses econômicos que acabam por beneficiar certas formas de se ver o mundo. Reconhece-se a multiplicidade de configurações com as quais as pessoas podem se organizar, e as múltiplas representações que a elas chegam também por meio da mídia. O apresentado por Quijano (2005) e Ren (2005) serve como suporte para uma reflexão sobre a potencialidade de subversão de

¹⁰ Além disso, entende-se aqui a sociedade em rede serve como suporte para a manutenção de relacionamentos e constituição de identidades, incluindo aqui as coletivas, que dizem respeito às imaginações sobre a adoção de determinados tipos de comportamento, bem como o que significa ser e estar em diversos lugares. Ver Castells (2005).

imaginários *colonizados* aos quais os habitantes da América Latina estão sujeitos de serem representados por veículos internacionais que desconhecem a diversidade de formas de ser (territorialidades) que se sobrepõem ao continente. Cabe ressaltar, no entanto, que este projeto não visa definir o que significa ser latino ou discorrer sobre o tema, mas sim compreender a noção de latinidade enquanto múltipla e subjetiva, e construída nas formas de entender o conceito por atores que empreendem em diferentes visibilidades também no campo da mídia.

Se de um lado a mídia permite a exploração e manutenção de uma ordem de desigualdade, marcando a multiplicidade de etnias que habitam um continente com representações colonizantes por meio da disseminação de imaginários eurocêntricos e colonialistas¹¹, por outro abre margem para a elaboração de estratégias de reposicionamento que tomam como recurso o que Rodrigues (1990) chama de *campo dos media*. É também com uma intenção liberária que Bragato e Castilho propõem a *pretensão descolonizadora*:

A pretensão descolonizadora, além de fortemente relacionada com os objetivos de superação das opressões geradas a partir da mundialização do capitalismo, direciona-se de maneira sensível às formas de produção, reprodução e transformação de subjetividades, especialmente ao locus de enunciação e produção do conhecimento (BRAGATO; CASTILHO, 2014, p. 23).

Dessa forma, é interessante buscar compreender o contexto e as formas como diversas formas de se pensar sobre a América Latina são tornadas possíveis também por meio do campo da mídia, que possui papel central na distribuição de determinadas ideias e formas de ver o mundo.

¹¹ Para exemplos sobre representações eurocentristas e colonialistas disseminadas pela mídia, ver Shoshat & Sham (1994).

c. Distribuição da cultura como fonte de poder

O modelo de produção pós-fordista adotado pelas indústrias globalizadas (MORLEY; ROBINS, 2002, p. 44) faz da *distribuição* o foco de poder da indústria da cultura, tanto pela centralização de recursos de visibilidade como também pela dispersão geográfica dos produtores. Os dois pontos reforçam o enfraquecimento da ideia de estado-nação em detrimento da voz do mercado: a primeira através do domínio sobre a sugestão de imaginários -- o caso do nacionalismo mobilizado pela imprensa visto em Anderson (2008), que não seria possível sem a detenção dos meios de tornar pública a informação padronizada sob uma língua e símbolos nacionais. A segunda, através de táticas como a articulação dos circuitos em uma escala global – o que permite o surgimento de comunidades transnacionais que substituem as comunidades de “pertencimento e controle”, conforme proposto por Canclini (2005).

Sob esse enfoque, a “cauda longa” de Anderson (2007) nada mais é do o retrato de um contexto colonialista neoliberal que realça as *infinitas possibilidades de escolhas individuais* oferecidas por esse modo de governar como um diferencial digno de receber atenção.

Neoliberal, pois as variáveis da Cauda Longa dizem respeito à diversidade de escolhas dos indivíduos sob a multiplicidade de ofertas, e porque sua existência permite o estudo da massa que, uma vez segregada, desafia modelos industriais de produção e circulação de música através do *nicho*.

Colonialista porque, ao aproximar as cenas musicais alternativas às lógicas de produção e consumo que beneficiam o acúmulo de capital, a concepção de uma Cauda Longa acaba por delimitar determinadas formas de visibilidade e acesso a iniciativas não-empresariadas como o objeto que será apresentado.

Cabe lembrar que essa forma de fazer nicho se desenrola a partir das sociedade em redes proposta por Castells (2005), autor que centraliza o papel

das tecnologias da informação e comunicação na constituição de espaços de vivência.

Pode-se compreender a fragmentação da prática cultural e sua consequente organização em *nichos* (ANDERSON, 2008) como resultado da *distribuição* de fluxos de informação entre novos espaços, criados e construídos a partir da visibilidade mediada, “uma das principais formas de se articular e conduzir batalhas políticas e sociais” (THOMPSON, 2007, p. 49).

Segundo Thompson (2007), “conquistar visibilidade pela mídia é ganhar um tipo de presença ou reconhecimento no espaço público, que pode ajudar a chamar a atenção para uma situação ou causa específica” (Thompson, 2007, p. 47). A visibilidade mediada é um exemplo em que os detentores de poder sobre a distribuição pré-determinam o que é e o que não é tornado público.

Na prática de divulgação da netlabel Latino Resiste *através* da gravadora Mad Decent, ocorrem certas negociações sobre visibilidade que ajudam a construir diferentes imaginários sobre as delimitações geográficas da América Latina: a possibilidade de concessão de espaço para um latino-americano divulgar produções de cenas musicais regionais com o intuito de validar o posicionamento da Mad Decent, o posicionamento de conteúdo que alimentará imaginários saindo *de dentro para fora do continente*, rumo à todo o mundo.

A Latino Resiste serve, então, como um exemplo de distribuição de fluxos em espaços de visibilidade ativamente negociados entre duas iniciativas pertencentes ao circuito cultural da música eletrônica underground, que serão apresentadas a seguir.

d. O objeto – Latino Resiste pela Mad Decent

“Latino Resiste is the voice of the ones who don't have a voice” (LATINO RESISTE, 2015)

A Latino Resiste é uma *netlabel* – selo digital de distribuição gratuita, segundo definição de Galuzska (2012, p. 6) consolidada em 2010 que se

especializa em compilações de *download* gratuito, segundo definição de sua página do Soundcloud¹².

A ideia de mobilizar artistas regionais em torno de um projeto que visa alcance global foi formalizada em 2004 por Caballo, seu fundador, quando ainda vivia na Colômbia¹³. A Latino Resiste consolida sua formação atual através da firmação de parcerias de divulgação de seu trabalho junto a diversos coletivos.

A *netlabel* utiliza o espaço concedido pela Mad Decent para divulgar boa parte de suas ofertas. O responsável pela convergência entre os dois selos se chama Alberto Caballero – Caballo, DJ colombiano radicado em Toronto que coordena a divulgação da Latino Resiste também dentro do site da gravadora.

Caballo define a Latino Resiste como “uma série de compilados sobre música underground latino-americana” (ZONA GIRANTE, 2014, n/d).

Partindo da premissa de que gêneros regionais não são apreciados em seus locais de origem, seu trabalho na Latino Resiste tem como fundamento a necessidade de mobilização de identidades regionais como forma de preservação/promoção do capital cultural de seu continente em um mundo globalizado.

Segundo Caballo,

às pessoas dos meios mais populares como televisão ou rádio não interessa promover música que é ‘gueto’, e as pessoas com pouca apreciação musical sempre desdenham qualquer música que não está dentro dos cânones pré-estabelecidos pelos meios¹⁴ (ZONA DE OBRAS, 2014, n.d., traduzido pelo autor)

Dessa forma, Caballo se torna curador de um projeto que agrega produtores musicais da América Latina em torno de um “guarda-chuva” chamado **Latino Resiste** com o intuito de “ser uma antena de cenas

¹² www.soundcloud.com/latinoresiste - acessado em 7-jun-2015

¹³ www.soundcloud.com/latinoresiste/about - acessado em 7-jun-2015.

¹⁴ No original: “a la gente de los medios más populares como television o radio no le interesa promover musica que es “ghetto”, y la gente con poca apreciacion musical siempre deshecha cualquier musica que no esté dentro de los cânones pre establecidos por los médios”

existentes, mas que dificilmente podem chegar a audiências maiores”¹⁵ (ZONA GIRANTE, 2014).

Os instrumentos de que dispõe para executar o mencionado acima são, basicamente cinco: 1) um domínio próprio construído sob a página do Wordpress, www.latinoresiste.com; 2) uma página no Soundcloud, plataforma popular entre os produtores de música eletrônica do mundo inteiro – www.soundcloud.com/latinoresiste; 3) o Facebook, que serve como forma de conectar os usuários dessa plataforma às duas anteriores; 4) as reverberações em outros sites cujo propósito seja o de divulgar as produções latino-americanas, como o tropicalbass.com; e, por fim, 5) a divulgação das produções de seus associados no formato de notícia, como feito na página da Mad Decent.

i. Mad Decent e amigos

“Mad Decent aims to bring new genres and cultures to light in the ever diversifying music community.” (MAD DECENT, 2015)

A Mad Decent é uma gravadora estadunidense fundada na Filadélfia e sediada em Los Angeles, EUA. Fundada em 2008 pelo DJ e produtor Wesley Pentz, conhecido como Diplo, destaca-se por promover a mistura entre música eletrônica e gêneros originados em localidades distantes de sua sede, como o reggaeton, a salsa, o mambo, e o funk carioca.

A gravadora afirma visar a disseminação da diversidade cultural através da música, o que é refletido na construção do texto de sua página da web, que utiliza os fragmentos identitários relacionados a gêneros estrangeiros com uma finalidade comercial. A gravadora se diferencia, então, a partir da divulgação de produtos projetados com base no estranhamento causado por sua suposta diversidade cultural.

¹⁵ Tradução do original, “ser una antena de escenas existentes pero que rara vez pueden llegar a audiencias más grandes”.

Ao acessar o diferencial do produto da gravadora, o consumidor é colocado em contato com uma série de elementos que remetem a uma comunidade pontuada em um território específico - como uma etnia em uma região geográfica -, e a partir desses elementos reflete sobre sua própria condição de lugar em relação aos *territórios sonoros* (JANOTTI JR., 2012) apresentados pela gravadora.

Em busca da origem do nacionalismo, Anderson (2008) analisa a construção de discursos sobre comunidade na produção literária e jornalística, enfatizando o desenvolvimento da imprensa como peça fundamental na disseminação de discursos de pertencimento. Segundo ele, o capitalismo editorial “permitiu que as pessoas, em números sempre maiores, viessem a pensar sobre si mesmas e a se relacionar com as demais de maneiras radicalmente novas” (ANDERSON, 2008, p. 70).

No caso da apropriação do conteúdo da Latino Resiste, a utilização de elementos culturais da região América Latina como base da prática mercadológica da gravadora concede ao indivíduo a autoridade de localizar em um mapa imaginado os fragmentos étnico-culturais atrelados a essa comunidade específica.

Da mesma forma que a distribuição de conteúdo em um território específico permite a construção de um senso de comunidade baseado em torno dele, a distribuição *gratuita* de produtores latino-americanos pode ser exercida pela gravadora como uma prática comercial que oferece ao seu consumidor a possibilidade de um empreendimento em comunidades imaginadas no momento de sua divulgação.

Embora independente dos 3 conglomerados¹⁶ que dominam o mercado global da música, a prática distributiva da gravadora não deixa de estar inserida na mesma lógica que guia a do cartel da indústria – a busca pela sobrevivência a partir da lucratividade em um mercado cada vez menos apegado às antigas táticas de venda de fonogramas da era pré-internet (HERSCHMANN, 2013).

¹⁶ Universal Music Group, Sony Music Entertainment, e Warner Music Group (RIAA, s.d, p. 1). Disponível em <https://riaa.com/media/C8DB1C0B-7890-8494-2D02-AA02382F4C67.pdf>. Acesso em 19-abr-2015)

Assim, é interessante apontar as formas com que a Mad Decent se consolida enquanto empresa que visa a expansão de sua margem através da exploração de recursos que validem seu posicionamento de difusora de “novos gêneros e culturas na sempre inovadora comunidade da música” (MAD DECENT, 2015).

Atualmente, a gravadora possui contrato com mais de 80 artistas de diferentes regiões do mundo (MAD DECENT, 2015b) – número constantemente estendido a partir de colaborações, remixes e participações em programas de grandes rádios espalhadas pelo globo (como no programa *Diplo and Friends*, da britânica BBC Radio 1).

Talvez a tática de posicionamento mais proeminente para a gravadora seja sua exposição através de ações de marketing direto. Segue uma lista com as recorrências promovidas pela gravadora para consolidar sua presença de marca nas vidas de seu público-alvo:

- **Mad Decent Boat Party** – cruzeiro que promove os negócios da gravadora a partir de sua articulação com o campo do Turismo. Resultado da parceria entre a Mad Decent e a Sixthman, empresa especializada em festivais de música em alto mar, que desde 2001 executou mais de 81 festivais em alto mar – atingindo cerca de 170.000 consumidores em mais de 700 mil dias de férias, de acordo com sua descrição na página oficial do evento – www.maddecentboatparty.com.
- **Mad Decent Block Party** – festival de música promovido anualmente pela gravadora e que aproveita a sua base de artistas para reforçar a tradição da empresa de se colocar em contato imediato com o público. Para 2015, estão planejadas 22 apresentações nas principais cidades dos Estados Unidos e Canadá. A edição de 2015 será possível graças ao apoio de marcas como a cerveja *Bud Light* e a de moda californiana *K Swiss*.
- **Merchandising** – na loja da Mad Decent, a sua base de fãs pode encontrar, além da música ofertada pelos seus artistas favoritos, roupas e acessórios estampados com o nome da gravadora.

- **Crossmedia:** a Mad Decent também se faz presente em produções audiovisuais como o documentário “Favela on Blast”, longa sobre a cultura do funk carioca disponibilizada para download gratuito na internet. Segundo release publicado no site brasileiro da Rolling Stone,

a produção mostra o estilo musical e a cultura do funk nas favelas do Rio de Janeiro, contando com depoimentos de importantes figuras da cena, como Deize Tigrona, Mr. Catra e Duda Do Borel. (ROLLING STONE, 2010, n/d. Disponível em <http://goo.gl/WZPNrl>. Acesso em 12-abr-2015).

Mais recentemente, a gravadora levou o artista americano Snoop Dogg à “exótica” Jamaica, local que o inspirou à resgatar suas raízes *rastafári* - processo que pode ser acompanhado no documentário REINCARNATED, disponibilizado para (main)streaming¹⁷ também no Netflix.

Em suma, a Mad Decent aparenta ter feito a lição de casa no que diz respeito à sua sobrevivência e crescimento pela exploração da convergência transmidiática, definida por Jenkins como espaço “onde as velhas e novas mídias colidem, onde a mídia corporativa e mídia alternativa se cruzam, onde o poder do produtor de mídia e o poder do consumidor interagem de maneiras imprevisíveis” (2009, p. 29).

Aqui reconhecemos, portanto, o contexto em que a gravadora divulga as produções da Latino Resiste. Unindo as duas iniciativas, é possível identificar o recorte sob o qual o objeto será analisado: a distribuição de conteúdo da Latino Resiste dentro de iniciativas mais empresariadas, por assim dizer, como a Mad Decent.

ii. LR por MD - Latino Resiste através da Mad Decent

Ao nos aproximarmos do fim do capítulo, se faz importante apontar que a Latino Resiste e a Mad Decent são iniciativas independentes uma da outra, e que a divulgação da primeira (LR) na página da segunda (MD) só é possível dá

¹⁷ Mainstreaming, aplicado aqui tanto para apontar a prática de tornar algo conhecido através do uso de recursos da mídia, quanto a de “levar ao centro o que está na periferia” (SCHROEDER; APPELIUS, 2013, p. 163).

graças a existência (ou persistência) de Caballo em exercer o compromisso estabelecido na fundação de sua *netlabel*.

Ao reverberar suas distribuições gratuitas no site da gravadora americana, Caballo aparenta tratar da exploração estratégica de rupturas com as formas tradicionais de se fazer comunicação – aproveitando os “rasgos” causados pelo protagonismo midiático das audiências, conforme descrito por José Orihuela em seu artigo “Los Medios de La Gente” (2006):

se tratam de fenómenos protagonizados pelos usuarios da rede, que se valem das chamadas redes sociais, colaborativas ou de software social: ferramentas de publicação online e geração de comunidades que funcionam de modo descentralizado e em escala potencialmente universal (ORIHUELA, 2006, n.d)¹⁸

Para a Mad Decent, a divulgação da Latino Resiste em sua página também funciona como uma forma de consolidar-se no terreno do atual mercado da música, uma vez que a redistribuição de conteúdo gratuito que trabalhe diferentes identidades culturais funciona como tática para reforçar seu posicionamento enquanto promotora da “diversidade cultural global” através da dualidade entre divulgação/distinção dos produtos da *netlabel*, o que está alinhado com a teoria de Canclini (2011) sobre o momento em que se encontram as sociedades modernas. Segundo o autor, a *distinção* de conteúdo é uma forma de enfrentar os efeitos massificadores da divulgação, enquanto a divulgação em si funciona para ampliar o mercado e consumo de bens (CANCLINI, 2011, p. 37).

Aqui identificamos as condições às quais a divulgação da Latino Resiste está inserida ao ser reverberada pela Mad Decent: os interesses de mercado da gravadora fazem com que ela passe a se divulgar a partir da diferenciação das produções da *netlabel*, o que está inserido na lógica neoliberal que enfatiza o consumo como forma de posicionamento – seja ele referente a um grupo (identitário) ou a um negócio (mercadológico).

A redistribuição da LR pela MD confirma também a crença de Chris Anderson (2007) sobre os efeitos que a *economia da abundância* tem sobre os consumidores de mercados de nicho – a necessidade de acesso a conteúdo

¹⁸ No original: “se trata de fenómenos protagonizados por los usuarios de la Red, que se valen de los llamados medios sociales, colaborativos o software social: herramientas de publicación en línea y generación de comunidades que funcionan de modo descentralizado y a escala potencialmente universal”.

gratuito como forma de orientação sobre os produtos a serem efetivamente consumidos. O autor acredita que essa “demanda latente por conteúdo não-comercial” permite que seja criado um “loop de feedback positivo que modificará as relações entre setores do mercado e a cultura nas próximas décadas” (ANDERSON, 2007, p.24). Então, com base neste “feedback positivo”, em que tanto cenas musicais regionais e gravadoras internacionais se promovem, residem rasgos comunicacionais (ORIHUELA, 2006) que permitem novas estratégias de colaboração e crescimento se desenrolem. É a do caso apresentado.

A exploração do acesso ao *mainstream* através da difusão de conteúdo gratuito relacionado a uma *comunidade imaginada* (ANDERSON, 2008) como a América Latina deve ser estudada enquanto uma estratégia eficaz no posicionamento de *visibilidades mediadas* (THOMPSON, 2007) sobre o continente em relação à outras regiões do globo.

Ao divulgar o conteúdo de sua *netlabel* em uma organização com fins lucrativos como a Mad Decent, Caballo promove o direcionamento de tráfego para as produções e discursos exercidos dentro de seu coletivo - sem se esquecer de que a gravadora possui os recursos (dinheiro) para investir em espaço (midiático) que, por fim, trará visibilidade às práticas de produção e divulgação alternativas que fundamentam o trabalho dos DJs do coletivo. Para se ter uma noção dos potenciais de visibilidade de ambas as gravadoras, a página da Latino Resiste possui aproximadamente 83 vezes menos *likes* em relação à página da Mad Decent¹⁹.

A reverberação de conteúdo da Latino Resiste em páginas como a da Mad Decent confere, então, maior volume de acesso ao trabalho de produtores regionais, e conseqüentemente aumenta a visibilidade do continente no imaginário de cidadãos do mundo todo.

Organizada enquanto região, a América Latina possui pelo menos um modelo de produção e consumo alternativo de música que diverge do da indústria fonográfica: o da circulação de gêneros como o *tecnobrega* e *funk carioca*, conforme apontado por Vianna (2003). Cabe aqui ressaltar que esse

¹⁹214.454 – curtidas na página da Mad Decent; Latino Resiste: 2,095. Números coletados em busca no Facebook (www.facebook.com/search) no dia 07-jun-2015.

modelo de produção e circulação independentes não é único no continente, e à medida que a indústria da música (cada vez mais digital, como visto no relatório de 2014 da IFPI) descobre novas formas de impactar seu público, é possível afirmar que está cada vez mais longe de se consolidar como tal.

De qualquer forma, esses circuitos culturais alternativos movimentam diferentes fluxos de capital de forma criativa e, através de suas recombinações e ressonâncias com os circuitos de produção-e-consumo hegemônicos, ou seja, vinculados à práticas industriais de obtenção de lucro, passam a exercer um papel crucial na redefinição de imaginários relacionados ao continente.

Em tempos de reconfiguração da indústria da música²⁰, circuitos de produção e consumo independentes²¹, e aceleração de fluxos de capital em torno da construção de comunidades transnacionais desterritorializadas²², a pergunta que guia esta investigação é **como a visibilidade negociada pela Latino Resiste colabora para construir múltiplos sentidos sobre a América Latina no circuito global da cultura?**

Alinhado com a crença de Herschmann (2013) sobre a subjetividade enquanto fator relevante na prática de circulação musical (p. 11), volta-se ao indivíduo responsável pela Latino Resiste. Caballo, então, se torna uma figura central no desenvolvimento do projeto por ser o responsável pela divulgação do trabalho do seu coletivo junto a veículos de comunicação maiores como a Mad Decent.

A pergunta convida, então, a investigar a apropriação, pelo Caballo, dos meios de comunicação enquanto uma tática de construção de novos imaginários que se aproveita da situação corrente, caracterizada neste estudo primariamente pela reconfiguração dos circuitos culturais da música (HESCHMANN; KISCHINHEVSKY, 2011; VIANNA, 2003) para exercitar a desvinculação do continente latino-americano de possíveis representações colonizadoras através de negociações estratégicas com outros atores que mobilizam a cultura por meio do campo da mídia, conforme veremos mais adiante.

²⁰ Herschmann (2013)

²¹ Vianna (2003)

²² Canclini (2005)

CAPÍTULO 2 – Formas de fazer

A pesquisa foi desenvolvida como um estudo de caso exploratório que permite a apreensão do objeto sem nenhuma intenção específica sobre necessidade de comprovação de hipóteses, conforme o defendido por Diniz (1999), que aponta que o método pode ser utilizado para se estudar fenômenos que ainda não tenham sido explorados (DINIZ, 1999, p. 46).

A pesquisa foi instigada principalmente pelas discrepâncias encontradas entre a ocupação de espaços de visibilidade sobre as produções da Latino Resiste e da Mad Decent. Os questionamentos que levaram à escolha metodológica dizem respeito, então, à posição de Caballo enquanto um curador que também se aproveita de relacionamentos com iniciativas maiores como forma de mobilizar os *seus* modos de compreender o mundo por meio do campo da mídia. Por isso, adota-se o estudo de caso, apontado por Goldenberg (2007) como um método que supõe que se pode adquirir conhecimento do fenômeno estudado a partir da exploração intensa de um único caso (GOLDBERG, 2007, p. 33), levando também em consideração que um estudo de caso exemplar deve ser *importante, eficaz, e suficiente*. A importância se daria através da criatividade na proposição. A eficácia dependeria do sucesso na escolha das técnicas; por fim, o estudo seria suficiente se, grosso modo, o objeto analisado e seu contexto estivessem bem definidos (MARTINS, 2008, p. 5).

Enquanto método, este modelo de se fazer pesquisa permite que a construção de “uma análise holística [...] que considera a unidade social estudada como um todo com [...] o objetivo de compreendê-la em seus próprios termos” (GOLDENBERG, 2007, p. 33).

Nesta monografia, a Latino Resiste é o objeto que ilustra o fenômeno sobre a replicação de territorialidades em torno de visibilidades medidas (THOMPSON, 2007) no campo da mídia (RODRIGUES, 1990). Sua exploração aprofundada se dará no próximo capítulo e também na análise, que buscarão agregar o maior número de informações, empíricas e teóricas, sobre o objeto Latino Resiste e suas práticas no circuito cultural da música.

O estudo de caso apresentado não será extremamente *exemplar*, conforme o apontado por Martins (2008), no sentido de que não são esgotadas as possibilidades de análise. Reconhece-se aqui, então, que a abordagem do fenômeno poderia ter se dado de diferentes formas, uma vez que trata da identificação com a ideia de latinidade por meio do campo da mídia a partir da prática de uma gravadora. Assim, este caso poderia (e deve) ser estudado a partir de diversas outras formas que *não serão* aqui esgotadas.

Se trata de um assunto *corrente* que, apesar de possuir localização específica no tempo, se reconstrói à medida que a Latino Resiste se faz continuamente visível a partir da colaboração de Caballo na página da Mad Decent e também em outros canais de divulgação.

Portanto, cabe reforçar que o estudo de caso foi utilizado como método por se mostrar eficaz dado o caráter exploratório da investigação. E uma vez que, para o pesquisador de um estudo de caso, “o conhecimento nunca está pronto” (OLIVEIRA, 2008, p.6), a compreensão sobre o objeto deve ser auxiliada por técnicas que reafirmem a validade dos pontos levantados na investigação inicial.

É importante apontar que a busca pela validade exige a preocupação em reformulações constantes sobre os questionamentos inicialmente propostos, o que se traduz também na escolha apropriada das técnicas investigativas.

Segundo Diniz (1999), “a ampliação da tarefa científica na singularidade do estudo de caso está na escolha de recursos que auxiliam na coleta e classificação dos dados” (DINIZ. 1999, p. 55). Assim, considerar a qualidade dos materiais utilizados é um passo crucial para a realização de um de um caso convincente.

É com essa concepção em mente que, em seguida, são apresentados os tópicos que serão triangulados para construir o caso. Esses tópicos foram separados em três categorias: revisão bibliográfica, pesquisa de dados secundários, e a entrevista semi-estruturada, detalhadas nas subseções abaixo:

a. Revisão bibliográfica

O capítulo anterior discorreu sobre o contexto e apresentou o objeto e recorte a serem aprofundados. De modo a aprimorar a compreensão sobre a análise, o capítulo a seguir irá discorrer os principais pontos a serem abordados.

A premissa levantada pelo projeto é que a oferta de conteúdo da Latino Resiste na Mad Decent ocorre a partir de uma negociação entre diferentes sujeitos que detém poder sobre formas de se tornar visível, ato importante para a consolidação de novos modos de se compreender o mundo (HERSCHMANN, 2010).

Essa premissa pede que seja explicitada a noção de *performatividade* (YUDICE, 2004) inerente às práticas dos agentes culturais que ampliam o espectro de visibilidade da produção cultural referente à região da América Latina - o que permite a consolidação de uma indústria cultural regional, conforme sugerida por Canclini (2000), ainda que essa seja apresentada no nível da informalidade.

A indústria da música compete hoje com as formas de se fazer valor típica dos circuitos culturais (HERSCHMANN, 2010) e cenas musicais (JANOTTI JR., 2010) independentes. Na América Latina, circuitos culturais alternativos (VIANNA, 2003) desafiam modelos de produção e consumo tradicionais, principalmente quando estudados a partir das noções de *era da informação* (CASTELLS, 2005) ou *era digital* (HERSCHMANN, 2011).

Neste contexto, a globalização serve como termo corrente para o contínuo processo de organização geográfica desigual de espaços que priorizam o acúmulo de capital (HARVEY, 2005) em detrimento de outras formas de se construir o mundo. Curiosamente, o reconhecimento deste processo de desenvolvimento desigual permite a construção de um espaço de disputa política, em que outras formas de construir o mundo que não essa sejam postas em discussão. Neste sentido, o autor contribui para se pensar sobre a possibilidade de construção de geografias mais iguais também no campo da mídia, em um processo que, defende-se aqui, seria consolidado a

partir da multiplicidade de imaginações possibilitadas pelo aumento da visibilidade do trabalho dos artistas que compõem a Latino Resiste. Considerando o papel dos meios de comunicação na constituição de *mundos imaginados* (APPADURAI, 1996), o *sujeito político* proposto por (MARTÍN-BARBERO, 2008) sobre a oferta de conteúdo abre espaço para a construção de paisagens midiáticas (APPADURAI, 1996) carregadas de potenciais territorialidades oponentes às de espaços de acumulação de capital desiguais (HARVEY, 2005). Cabe ressaltar que todos estes conceitos serão aprofundados e relacionados com o objeto nos próximos dois capítulos.

b. Pesquisa de dados secundários

Além da revisão bibliográfica, alguns dados secundários foram utilizados para confrontar e também elucidar os argumentos apresentados na análise.

Os dados sobre volume de *likes* das páginas Latino Resiste e Mad Decent referenciam o volume e origem do tráfego de navegação, servindo de suporte para o aprofundamento do trabalho de Caballo enquanto mobilizador de visibilidades.

Além disso, entrevistas concedidas por Caballo junto à outros veículos de comunicação que não à Mad Decent, apresentados no capítulo anterior, foram utilizados no momento da elaboração de um roteiro da entrevista executada no capítulo quatro.

Além das fontes secundárias referentes ao objeto em si, também foram feitas consultas a relatórios de indústria como o da IFPI (2014) e PwC (2010, *apud* Viana, 2003) para permitir uma reflexão sobre o momento da indústria e a condição de circuitos culturais regionais e do continente Latino-Americano como um todo enquanto espaço de lugares mediado a partir da cultura. Nestes relatórios, é possível perceber os índices de domínio de mercado e retorno financeiro mobilizado por cenas musicais regionais, o que coloca a região em uma posição secundária frente a visibilidades de cenas musicais de outros continentes.

Como forma de ilustrar o trabalho de Caballero e as visibilidades mediadas em que empreende, serão apresentados alguns print-screens das páginas da Latino Resiste, bem como os tweets feitos por Caballo, e o tipo de divulgação feito por ele na página da Mad Decent.

Todos os dados são apresentados para confrontar a posição do caso e as possíveis implicações de modelos de negócio alternativos sobre a imagem da América Latina em uma situação singular que justifica o desenvolvimento da análise em torno da opção metodológica pelo estudo de caso (OLIVEIRA, 2008, p. 9).

c. Entrevista de investigação semi-estruturada

Com base nas boas práticas sugeridas por Martins (2008), é possível afirmar que este estudo pode ser melhor construído se for voltado para a investigação sobre como “as pessoas interagem, interpretam e constroem sentidos” (OLIVEIRA, 2008, p. 3).

Enquanto *mediador* de imaginários oriundos das produções cuja distribuição é centrada em si, Caballo possui um papel importante na constituição deste estudo.

Considerando o papel da performatividade do artista e da cultura enquanto um recurso (YUDICE, 2001), que se dá dentro e fora dos circuitos culturais no qual está inserido (CANCLINI, 2012), é possível entender o trabalho desse DJ enquanto facilitador da disponibilização de sentidos sobre a América Latina a partir do empreendimento em visibilidades, também - e foco deste caso - junto à Mad Decent.

Uma maneira coerente de se fazer chegar a esse tipo de material coletado é elaborar uma entrevista semiestruturada, constituída por um *roteiro* de pesquisa que não esgota a possibilidade de questionamentos adicionais que visem aprimorar a compreensão sobre um determinado tópico (ROSA; ARNOLDI, 2008, p. 30).

A entrevista serve como um suporte analítico que combina “tanto dados úteis para as hipóteses levantadas como respostas às mesmas”, definida aqui então como uma *entrevista de investigação* (ROSA; ARNOLDI, 2008, p. 38)

Oliveira (2008) define a dinâmica na qual uma entrevista deve ocorrer para ser considerada semiestruturada, em que perguntas são previamente elaboradas com o benefício de que o “pesquisador pode acrescentar uma questão não prevista, dependendo das respostas dos respondentes”. (OLIVEIRA, 2008, p. 12).

Então a entrevista com Caballo foi guiada por um roteiro semi-aberto composto de três eixos principais: seu compromisso com a cultura regional; seu papel na difusão globalizada de conteúdo, e os conflitos e sinergias entre a curadoria e a colaboração de um ator que negocia a coexistência de Latino Resiste e Mad Decent. Esses tópicos buscam aproximar o referencial teórico à revisão secundária apresentada no capítulo 1, cujas proposições serão aprofundadas no capítulo 3.

Pensando na afirmação de Sierra (1998), que ressalta que a coleta deve considerar que o “contexto espacial e situacional da conversação exige um ambiente familiar [...] que faça se sentir confortável o entrevistado para que esteja disposto a conversar sem tensões e de maneira relaxada” (SIERRA, 1998, p.; 315), o Skype foi a ferramenta escolhida como suporte.

Na situação, algumas falhas de comunicação ocorreram, dado que o suporte do Skype é dependente de redes e sistemas dos quais não se detém controle. Todavia, a entrevista foi executada com sucesso e, logo na primeira pergunta, reestruturações passaram a ser implementadas de modo a assegurar que todas as respostas pensadas no momento da construção do roteiro fossem devidamente coletadas.

O processo teve aproximadamente 60 minutos de duração, e todos os detalhes foram expostos ao entrevistado antes do início das perguntas, conforme o protocolo de boas práticas de Martins (2008). Para visualizar o roteiro da entrevista, consultar o apêndice I.

CAPÍTULO 3 – Reimaginar-se pela visibilidade

O discutido anteriormente aponta para a necessidade de uma reflexão sobre a intervenção na (re)construção de imaginários sobre *América Latina* a partir da visibilidade mediada (THOMPSON, 2007) sobre as produções de circuitos alternativos quando em *confluência* com os modos de fazer e tornar público tradicionais da indústria fonográfica.

Reconhecendo a importância das comunidades transnacionais (CANCLINI, 2005) enquanto possibilitadores de distintos fluxos culturais que também se traduzem na formação de *paisagens midiáticas* (APPADURAI, 1996), é possível conceber a capacidade de replicar múltiplas significações imaginadas sobre um mesmo objeto.

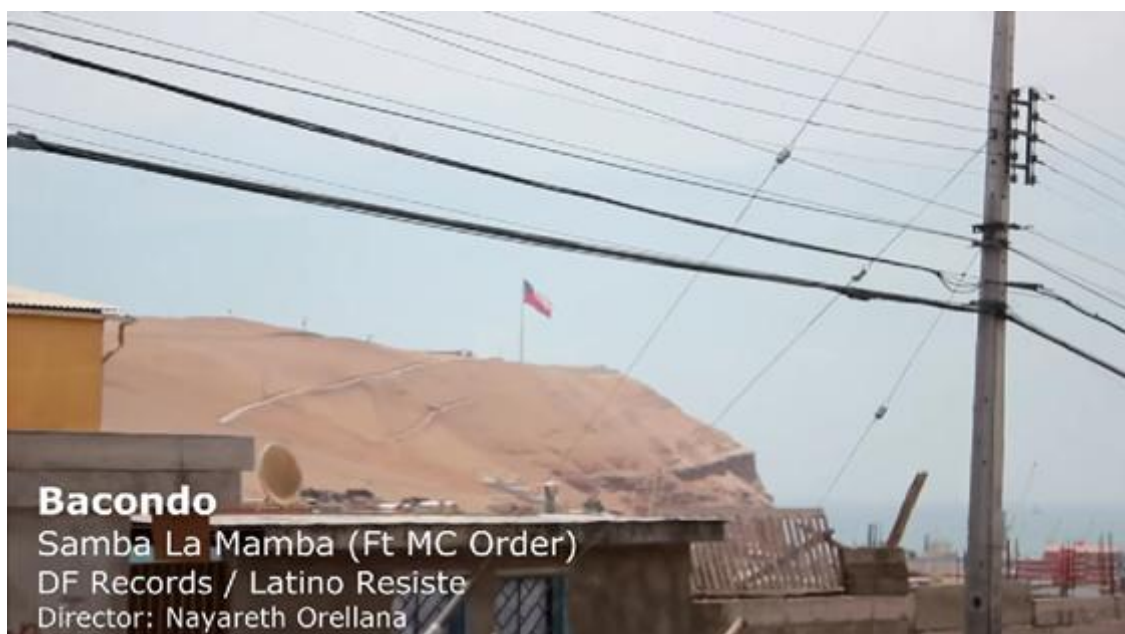


Figura 1 - lançados pela Latino Resiste, a dupla de chilenos que compõe o Bacondo reposicionam sua bandeira globalmente ²¹

Na figura acima, retirada de um clipe do grupo chileno Bacondo, lançado pela Latino Resiste, vincula a possibilidade de se *sambar a mamba* a partir da inventividade dos membros do coletivo. Em última instância, representações como essa consolidam a possibilidade, a partir do campo da mídia, da

²³ Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=msfF95aBCrk>. Acesso em 21-jun-2015.

construção de novos espaços de experiência (MARTÍN-BARBERO, 2008; HERSCHMANN, 2010; JANOTTI JR., 2005) em torno da *América Latina* enquanto um espaço de lugares (CASTELLS, 2005) que existe também para a circulação de fluxos de capital financeiro (dinheiro).

A oferta do conteúdo gratuito distribuído pela Latino Resiste *na* Mad Decent (uma gravadora que, apesar de independente, abarca *profissionais* que visam maximizar sua *presença de mercado*²⁴) faz com que se construam espaços antes impossíveis, caracterizados por sinergias entre os interesses do nicho não-comercial e da indústria a partir de seus encontros em um mesmo circuito cultural ainda não completamente decifrado pela lógica industrial, o da música eletrônica independente – a que alguns produtores também atribuem o nome de “global bass”²⁵

Cabe dizer, então, que a prática de divulgação de uma iniciativa gratuita como a Latino Resiste em uma página maior como a da Mad Decent ajuda a ampliar as possibilidades de sentidos construídos sobre a América Latina enquanto espaço de lugares a partir do redirecionamento de atenções²⁶ para espaços²⁷ atrelados às práticas dos atores que compõem o circuito cultural no qual desenrola a Latino Resiste.

a. Desenvolvimento desigual

As comunidades imaginadas de Anderson (2008) serviram por muito tempo como fontes em que estados nacionais exerciam um poder territorial baseado na imaginação sobre uma suposta soberania (BASTOS JR, 2014, p. 185) através da imprensa e da consequente circulação de imaginários coletivos que vinculavam um sujeito à grupos cuja característica em comum a ser destacada fosse a sua nacionalidade.

²⁴ www.linkedin.com/company/maddecent; Acesso em 7-jun-2015.

²⁵ www.tropicalbass.com/tag/global-bass. Acesso em 7-jun-2015.

²⁶ Fluxos.

²⁷ Aqui o entendimento de paisagens midiáticas como espaços de fluxos mediados.

Hoje essas comunidades imaginadas se reorganizam dinamicamente e mobilizam sujeitos em torno de modalidades de consumo, aqui demonstradas através da apresentação da sociedade em rede, do estudo sobre nichos possibilitado pela Cauda Longa, e de relatórios sobre apropriação do meio digital. Buscando estudar as atuais formas de *produção de localidades*, Appadurai (1996) expande a noção de comunidade imaginada para a de *mundo imaginado*, definida por ele como:

[...] os múltiplos universos que são constituídos por imaginações historicamente situadas de pessoas e grupos espalhados pelo globo, em que muitas pessoas são capazes de contestar e por vezes até de subverter os mundos imaginados na mente oficial e na mentalidade empresarial que as rodeia (APPADURAI, 1996, p. 51).

É na busca pela construção de “múltiplos universos” que Haesbart (2004) define o conceito de *multiterritorialidade* como a capacidade de abrigar uma pluralidade de formas de poder sobrepostas sob um mesmo espaço.

Esse conceito é base para a defesa do autor ao investimento prático na construção de *novas territorialidades* enquanto um instrumento político de cidadania, e está fortemente ligado ao entendimento de Herschmann (2010) sobre circuitos culturais enquanto construtores de realidades e da definição de Harvey (2005) sobre globalização como *desenvolvimento geográfico desigual*.

É através do investimento em visibilidade mediada (THOMPSON, 2007) como meio de promoção de comunidades imaginadas e disseminação de paisagens midiáticas que pode se compreender que diferentes usos e aplicações sobre os espaços da mídia podem servir como recurso para a geração de consensos positivos sobre cartografias menos desiguais.

Segundo Harvey (2005), a reorganização territorial é um processo que “constrói espaços produzidos para acomodar as demandas do acúmulo de capital” (HARVEY, 2005, p.81), o que permite apreender a mobilização de circuitos culturais – e os consequentes espaços de fluxos que eles mobilizam – também como um “momento constitutivo da dinâmica da acumulação do capital e da luta de classes” (HARVEY, 2005, p. 85).

Se considerarmos a cultura enquanto moeda de troca, a produção de territórios sonoros das cenas musicais (JANOTTI JR., 2012) reproduz as

formas de organização geográfica de uma sociedade dinamizada pelos efeitos da globalização, o que em última instância convida à reconstrução de mundos imaginados a partir da circulação da cultura. Tome-se como exemplo a figura abaixo, extraída de videoclipe lançado pela Latino Resiste, e que promove imagens do carnaval peruano embaladas pela música eletrônica produzida regionalmente, pensada para o cidadão global.



Figura 2 - frame do clipe de "El Carnaval", lançado a partir da Latino Resiste ²⁶

b. Paisagens midiáticas como recurso

É no sentido de construir territorialidades que por fim permitam a consolidação de espaços menos desiguais que a análise dos processos comunicacionais (MARTÍN-BARBERO, 2008) devem voltar-se à intervenções diretas aos recursos de transmissão da *era da informação* característicos da sociedade de rede (CASTELLS, 2005).

Uma vez que “a relação direta entre os sujeitos e a sua produção do cotidiano ou da localidade é mediada pelo trabalho da imaginação” (APPADURAI, 2009, p. 135), é necessário realçar a importância que os espaços de veiculação da mídia têm na circulação de imaginários e formas de perceber o mundo.

Segundo Appadurai (1996), recursos de visibilidade ofertados no campo da mídia constituem repositórios de imaginários, as *paisagens midiáticas* (APPADURAI, 1996, p. 53), capazes de oferecer “as imagens do mundo produzidas por essas mídias” (APPADURAI, 1996, p. 53). As paisagens midiáticas têm como característica a materialização física de conteúdo imaginado em espaços publicitários, outdoors, banners digitais etc, e carregam consigo uma imagem que, por fim, poderá estimular a imaginação daqueles que estão a vendo.

As paisagens midiáticas são, no campo da mídia, um recurso de construção de imaginários – e consequentes noções de distanciamento e proximidade (LE BOULCH, 2001) sobre um determinado objeto: seja ele um circuito cultural (como o da Latino Resiste) ou o continente que abarca a produção desta versão globalizada da ex-colônia América Latina.

“O aspecto mais importante destas paisagens midiáticas é que fornecem [...] vastos e complexos repertórios de imagens, narrativas e etnopaisagens a espectadores de todo o mundo, e nelas estão profundamente misturados o mundo da mercadoria e o mundo das notícias e da política” (APPADURAI, 1996, p. 54).

Aí que a Mad Decent se consolida na *cena musical* do eletrônico underground. Confirmando sua presença em espaços de divulgação, promove a construção de paisagens midiáticas que estejam alinhadas a seus interesses por lucratividade, o que é visível em seu investimento em uma comunicação transmidiática (JENKINS, 2009). Ao mesmo tempo, alinhado com seu interesse em promover a multiplicidade de culturas, abre espaço para a divulgação da Latino Resiste. Na figura abaixo, a Latino Resiste expande sua divulgação à base de consumidores da Mad Decent por meio de sua página da web:

Latino Resiste Presents: 3ball Prehispanico

Posted by: Mad Decent on 2011-10-31

0
SHARES

f Facebook 0

Twitter 0

t Tumblr

Reddit 0



Figura 3 – coletânea de Tribal Mexicano lançada pela Latino Resiste e redistribuída na página da Mad Decent ²⁸

Dominando os espaços de visibilidade de cenas musicais da música eletrônica, a Mad Decent dispõe de *hegemonia*²⁹ para determinar a organização do espaço geográfico *também* no campo da mídia. Enquanto isso, iniciativas como a Latino Resiste, que geralmente não detêm os recursos para promover suas mensagens em grande escala, posicionam-se na cauda longa dos circuitos culturais como uma espécie de nicho da colônia. A cauda longa, então, serve também como *mapa* em que iniciativas empresariadas dominam espaços de visibilidade mediada.

²⁸ Fonte: <http://maddecent.com/latino-resiste-presents-3ball-prehispanico/>. Acessado em 21-jun-2015.

²⁹ Segundo Cazaloto (2010), “a hegemonia é o poder exercido na cultura e no imaginário” (p. 151). Dessa forma, repositórios de imaginários que se realizam a partir da visibilidade permitem a consolidação de diferentes territorialidades a partir de esquemas de distribuição de culturas junto a circuitos culturais hegemônicos.

Pensar no papel da comunicação na constituição de imaginários convoca a atentar que a construção de representações é um trabalho de múltiplos esforços e atores. Segundo Miranda (2012)

É preciso estarmos atentos para as mediações, ou seja, as interações ou os espaços de interação presentes nas sociedades, dos quais provêm as construções que delimitam e configuram nossas formas de compreender a realidade (MIRANDA, 2012, p 98).

Bordenave (2004) centraliza o papel da visibilidade concedida pelos meios de comunicação como potencial caminho para a democracia. Para ele, o bom usufruto desses instrumentos se dá através da multiplicidade de usos dos espaços de visibilidade mediada (THOMPSON, 2007).

Assim, as mediações exercidas no campo da mídia podem servir como instrumento de expressão e participação social - o que envolve o investimento, por parte de todos, sobre “novas formas de apropriação e administração dos meios, até melhores formas de capacitação das pessoas no uso da comunicação” (BORDENAVE, 2004, p. 93).

É possível compreender o trabalho de divulgação da Latino Resiste enquanto investimento na construção de imaginários que se utilizam do potencial dos meios de comunicação, uma vez que sua *intervenção* em paisagens midiáticas (espaços de visibilidade mediada) é uma forma de negociar, a partir da apropriação de determinados espaços pelos trabalhos de seus artistas, as imagens dos cidadãos que possuam algum vínculo (também imaginado) com a América Latina.

Assim, a replicação de territórios sonoros (JANOTTI JR. 2012) relativos às múltiplas cenas musicais latino-americanas (periféricas em relação ao universo do pop industrial) é materializada também no campo da mídia, a partir das *práticas* dos membros de circuitos culturais espalhados pelo globo.

A apropriação dos espaços de divulgação da Mad Decent promove o trabalho dos membros da Latino Resiste e mobiliza fluxos de capital para a construção de paisagens midiáticas alternativas. Espaços (de tempo) que de outra forma estariam sendo utilizados para a promoção e acesso de imaginários vinculados à tradição do consumo como um fim passam a ser

coloridos com significações sobre o potencial de agência criativa dos cidadãos que habitam (física ou simbolicamente) o continente América Latina, abrindo portas para “novas possibilidades de identificação e de construção de subjetividades contribuindo para a instauração de novas formas de solidariedade social e novas relações de poder” (HERSCHMANN, 2010, p. 92).

Trata-se de um processo comunicacional (MARTÍN-BARBERO, 2008) que convida à capacidade de se multiplicar e materializar imaginários através da movimentação de fluxos (de tempo) por diferentes agentes que distribuem a produção por um circuito cultural alternativo em função da construção de paisagens midiáticas que em última instância permitem que as territorialidades contra-hegemônicas de Herschmann (2010) sejam exercidas também por cenas musicais que carreguem em si elementos latino-americanos, através do campo da mídia.

Segundo Appadurai (1996), “a mídia eletrônica prove recursos que tornam a imaginação sobre si ser um projeto social diário” (APPADURAI, 1996, p. 4). Dessa forma, as paisagens midiáticas podem ser vistas como repositórios de capital cultural em potencial capacidade de recriar territorialidades distintas das fomentadas pelas mediações de iniciativas que detêm maior poder de tornar visível também cenas musicais independentes, o que multiplica as possibilidades de ser e ver o mundo também através do campo da mídia.

Segundo Martín-Barbero (2003), “a visibilidade da imagem constrói legibilidade, o que permite passar do do estatuto de ‘obstáculo epistemológico’ ao de mediação discursiva da fluidez (fluxo) da informação e do poder virtual do mental” (MARTÍN-BARBERO, 2003).

Dessa forma, a visibilidade mediada de Thompson (2007) gera *conhecimento* – e possivelmente uma maior movimentação em torno de novas territorialidades que se utilizam da contingência pós-colonial latino-americana (em que a própria independência é pensada a partir de ideais que mantêm a região em uma situação de desvantagem³⁰) para subverter significações engessadas em ideologias coloniais/etnocêntricas sobre um “terceiro mundo”, e

³⁰ Quijano (2005)

assim reposicionar o continente no mapa do mundo globalizado a partir da ciência sobre sua cultura.

c. Mediações em cenas e circuitos

Cabe ressaltar que de nada valeriam as inúmeras tecnologias de informação e comunicação se, além dos dispositivos, não houvessem *agentes* que se empenhassem em usá-los criativamente.

Martín-Barbero (2008), autor da teoria das mediações, nos permite enxergar os imaginários depositados em paisagens midiáticas como *produtos*, e ao mesmo tempo, *produtores* de uma complexa trama de relações entre meios de comunicação e o que as pessoas fazem deles.

Inserido na Escola de Estudos Culturais Latino-Americanos, campo de investigação fundamentado no estudo sobre as “práticas da comunicação e o papel que os meios massivos podem e devem desempenhar na formação da consciência política dos cidadãos” (NERY; TEMER, 2009, p. 171), Martín-Barbero (2008) compreende a hegemonia como um processo constante, que “se faz e se desfaz, se refaz permanentemente num processo vívido, feito não só de força mas também de sentido, de apropriação do sentido pelo poder, de sedução, de cumplicidade” entre pessoas de distintas classes (MARTÍN-BARBERO, 2008, p. 112).

Definindo as mediações como “os dispositivos através dos quais a hegemonia transforma por dentro o sentido do trabalho e da vida da comunidade” (MARTÍN-BARBERO, 2008, p. 262), o autor aponta a cultura como um espaço no qual consumo e cidadania³¹ se entrelaçam:

As mediações são esse “lugar” de onde é possível compreender a interação entre o espaço da produção e da recepção: o que se produz não responde unicamente a requisitos do sistema industrial e a estratégias comerciais, mas também às exigências da trama cultural (MARTÍN-BARBERO, 2008, p. 264).

³¹ CANCLINI, 2010, ed. UFRJ.

As divulgações da Latino Resiste junto à Mad Decent, gravadora independente de maior poder distributivo, são um *exemplo* em que as *mediações* dos membros de circuitos culturais alternativos fazem diferença na constituição de potenciais realidades descolonizadas a partir de negociações sobre a “propriedade” de espaços de visibilidade, as paisagens midiáticas.



MAD DECENT

HOME BLOG ARTISTS RELEASES TRACKS EVENTS SHOP

Latino Resiste presents: ROOT A PACIFICA

Posted by: Mad Decent on 2012-03-26

0 SHARES

f Facebook 0

Twitter 0

Tumblr

Reddit 0

LATINO RESISTE!

ROOT-A-PACIFICA

FREE

Download, Burn, Print & Share

creative commons

After almost a year of work, we finally can give away one of the most anticipated releases of 2012. Not even close to Moombah, 3ball, cumbia or any Latino sound people normally assume. This might be a complete new horizon and names for many of the listeners, although it is a very vivid scene in the Pacific part of Latin America. The Afropacific sounds.

Download it free [HERE](#)

Figura 4 - Ruta Panamericana Del Sonido, coletânea de artistas regionais lançada pela Latino Resiste, redistribuída gratuitamente na página da Mad Decent³²

³² Fonte: <http://maddecent.com/latino-resiste-presents-root-a-pacifica/>. Acesso em 25-jun-2015.

Na figura acima, a coletânea *Ruta Pan-Americana Del Sonido* é disponibilizada aos visitantes da página da Mad Decent junto a um link gratuito para download. A defesa é que, em última instância, divulgações como essa promovem uma "nova cartografia que emerge no imaginário coletivo" que reafirmam a diversidade da cultura regional latino-americana, garantindo o direito à cidadania, agora "considerada tangível pela visibilidade" (HERSCHMANN, 2010, p. 231).

Segundo Le Boulch (2001), a noção de território serve primariamente para tornar possível a "percepção do agente fazendo a distinção entre o que pertence ao campo do 'meu' e o que pertence ao campo do 'outro'" (LE BOULCH, 2001, p. 17).

É a partir das percepções sobre proximidade de *imaginários de localismos* (APPADURAI, 1996) e pertencimentos (LE BOULCH, 2001) na paisagem midiática global que se consolida o protagonismo dos cidadãos vinculados à América Latina na constituição de imaginários sobre si. A noção de pertencimento causada pela circulação de localismos causa a dissolução de fronteiras entre o "eu"-hegemônico e o "outro"-colônia.

Com isso, busca-se compreender as mediações de Martín-Barbero (1997, 2008) enquanto *espaços de ação* em que *fluxos* são mobilizados para a construção de sentido no que ele chama de *processos de comunicação* que estejam em sinergia com as mediações hegemônicas e suas visibilidades nas paisagens midiáticas da sociedade em rede.

É aí que hoje projeta-se a busca por alternativas, comunitárias e libertárias, que sejam capazes inclusive de reverter o sentido majoritariamente excludente que as redes tecnológicas possui para as maiorias, transformando-as em potencial de enriquecimento social e pessoal (MARTÍN-BARBERO, 2003, p. 374, tradução do autor)³³

³³ No original: "Y desde ahí es que hoy se proyectan búsquedas de alternativas, comunitarias y libertarias, capaces incluso de revertir el sentido mayoritariamente excluyente que las redes tecnológicas tienen para las mayorías, transformándolas en potencial de enriquecimiento social y personal".

Reside aqui um potencial caminho para a renegociação de sentidos sobre a América Latina, que possui mais um recurso³⁴ para libertar-se da sua imagem pintada sob uma tela colonialista, dado o fato que a visibilidade mediada (THOMPSON, 2007) sobre seus diferentes tipos de capital pode levar ao reconhecimento de diversas riquezas existentes na região, e consequente levante frente a possíveis subjugações colonizadoras, em uma espécie de libertação a partir da multiplicação de suas territorialidades – ideia aqui apresentada na forma de uma investigação cuja busca se direciona às formas de investimento proativo, por assim dizer, em novas possibilidades de desenvolvimento regional através de mediações criativas.

E é a visibilidade mediada (THOMPSON, 2007), enquanto uma ferramenta de concessão à cidadania, que constitui, por meio práticas oferta e distribuição, as grandes fontes de riqueza e de poder (MORLEY; ROBINS, 2002) das mediações culturais da comunicação (MARTÍN-BARBERO, 1997), uma vez que mobiliza atenções para paisagens midiáticas (APPADURAI, 1996) com potencial capacidade de promover territorialidades distintas (HERSCHMANN, 2010) em torno da diversidade cultural latino-americana, especificamente por meio do campo da mídia (RODRIGUES, 1990).

d. A performatividade nas mediações globalizadas

A ideia de performatividade diz respeito à negociação sobre a mobilização da cultura, que ocorre no momento da consciência de cada sujeito sobre o seu potencial de promover formas de ver o mundo que estejam mais alinhadas com suas próprias realidades. Lopes (2009) afirma que a performatividade é fundamentada no questionamento das normas, o que supõe que os agentes realizem uma prática reflexiva de gerenciamento de si a partir da cultura (LOPES, 2009, p. 333).

A partir da performatividade exercida por Caballo, é possível conceber que a visibilidade da oferta das produções *under* Latino Resiste em uma escala

³⁴ A ação a partir da consciência sobre a imaginação.

global se dá em grande parte pelo ativo trabalho de divulgação feito por seu idealizador junto à outros canais distributivos, como a Mad Decent.

O circuito cultural de DJs *latino-americanizados* se mobiliza a partir da sinergia com esses canais e dessa forma redireciona fluxos de atenção para as produções que digam respeito a si.

Na *confluência* de interesses de distribuição da Latino Resiste dentro da Mad Decent encontra-se a possibilidade de consolidar diferentes paisagens midiáticas que digam respeito à imagem da região em tempos globalizados – em outras palavras, representações sobre o capital cultural do continente.³⁵ A ideia de *esfera diaspórica global* (APPADURAI, 1996) contribui para a sinergia no momento da divulgação.

³⁵ Fonte: <http://maddecent.com/mad-decent-global-latino-roundup/>. Acesso em 27-jun-2015.



HOME BLOG ARTISTS RELEASES TRACKS EVENTS SHOP

Mad Decent Global Latino Roundup

Posted by: Caballo on 2014-02-28

253 SHARES

f Facebook 242

Twitter 11

t Tumblr

Reddit 0



As temperature raises in the North Hemisphere, So does the music. Mad Decent takes a look at some of the craziest releases from the underground scenes all over the world, but with a twist, either made by or inspired by Latinos and their culture.

This post destinations: Chilean-Peruvian Moombarton, Venezuelan Tuki-Bass, Sweden/Colombian Zouk Bass, Brazilian Rattenina, Los Angeles/San Basilio Cumbia and much more including new Munchi EP.

Figura 5 - Postagem sobre a "diáspora latina" a partir da música, mais um relançamento da Latino Resiste dentro da página da Mad Decent ³⁵

Na imagem acima, referências à latino-americanidade se dissolvem em um texto que prioriza o status de *cidadão global* dos produtores pertencentes à Latino Resiste, o que converge com os interesses de promoção de novas culturas objetivado pela Mad Decent.

Enquanto colaborador, Caballo parece estar ciente das tensões em que se encontra a divulgação em uma iniciativa comercial como a Mad Decent. O que não deve espantar, uma vez que “é frequente um mesmo indivíduo, para cumprir seus objetivos, identificar-se com organizações ou contextos que assumem posições aparentemente opostas.” (CANCLINI, 2012, p. 189)

Segundo Martín-Barbero (2003), hoje o amplo acesso a tecnologias permite a construção de espaços que mesclam interesses econômicos (como

os da Mad Decent) com os políticos (de visibilidade da Latino Resiste), o que se dá a partir de “mediações sociais e conflitos simbólicos” (MARTÍN-BARBERO, 2003) que servem como “novos modos de construir opinião pública e novas formas de cidadania [...] em que se diga e faça política” (MARTÍN-BARBERO, 2003, p. 380).

O poder do localismo, que segundo Herschmann (2010), faz com que movimentações de ideias por meio de circuitos culturais se tornem "mais importantes que a cidade" (HERSCHMANN, 2010, p. 228), é traduzida pela Latino Resiste nas mediações sobre os territórios sonoros latino-americanos que, quando veiculados em uma rede global de comunicação, se transnacionalizam e se tornam públicos globalmente.

Cabe, então, realçar o papel de divulgações como a Latino Resiste enquanto mobilizadores de cenas que constituem proximidades sobre o continente a partir dos recursos ofertados pela Mad Decent.

Ao convergir personagens dispostos em diversos lugares do mundo, a Latino Resiste replica imaginários por meio do campo da mídia, e a partir das novas conversas “entre os que se mudam e os que ficam”, promovem a visibilidade sobre as culturas de “um número crescente de esferas públicas diaspóricas” (APPADURAI, 1996, p. 22), exercendo a cidadania daqueles que sentem que pertencem ao mundo.

Realçar a performatividade dos sujeitos no contexto da sociedade em rede (CASTELLS, 2005) permite a busca ao “direito à participação enquanto capacidade das comunidades e dos cidadãos a intervenção em decisões que afetam suas vidas” (MARTÍN-BARBERO, 2003, p. 378).

Em outras palavras, a consciência sobre a performatividade serve como um convite para reivindicar-se a condição de cidadão a partir da mobilização de cultura. A figura abaixo vem para demonstrar o posicionamento exercido pela Latino Resiste: a missão de espalhar o conhecimento sobre músicas produzidas na região em escala global.

Ruta Panamericana del Sonido- Bass en las Alturas

This entry was posted on November 6, 2013, in [latino resiste](#) and tagged [Ruta Panamericana del Sonido](#). Bookmark the [permalink](#). [Leave a comment](#)



Ruta Panamericana del Sonido, is back again.

This time we go to the top of the whole continent. Literally, RPS strikes from Bolivia.

The trip which started a-la Che Guevara, is not political oriented, but it does have a very political intention: trying to unveil the Urban Culture and Music from each country "La Panamericana" crosses by.

Figura 6 - o posicionamento político da Latino Resiste na promoção da música boliviana³⁶

É o auto-reconhecimento de Caballo enquanto um *sujeito político* empoderado, capaz de participar de "projetos de radical renovação da política e sociedade" (MARTÍN-BARBERO, 2003, p. 311). Enquanto curador da Latino Resiste e colaborador da Mad Decent, Caballo é o sujeito que possui o poder de articular interesses a partir da cultura, que deve ser vista como um recurso de mobilização política (YÚDICE, 2004).

De acordo com Lopes, "os atores agenciam sua autonomia e legitimidade em modalidades alternativas de poder, enquadrando interpretações que canalizam a significação dos seus discursos e atos". (2009, p. 335). O organizador da Latino Resiste atua como um canalizador de

discursos e atos, empreendendo mediações potencialmente libertadoras sobre a América Latina neste espaço de fluxos chamado de paisagem midiática.

Caballo colabora com a Mad Decent promovendo a visibilidade sobre um amplo leque de produções regionais, em que cultiva “uma comunidade interativa e de oposição” (YUDICE, 2004, p. 492). *Oposição* à espaços mediados por interesses puramente comerciais, que priorizam a apropriação de territórios (também sonoros) como forma de acúmulo de capital. *Interação* a partir de parcerias que permitem a disseminação de outros territórios sonoros, que se tornam *mais abrangentes* quando lançados na paisagem midiática.

Em suma, o trabalho de divulgação feito pelo DJ pode ser visto como um exemplo do potencial político que reside na cultura como recurso (YUDICE, 2004), em que o empreendimento na multiplicação de espaços de cidadania se dá a partir da oferta de cultura por meio da multiplicidade de espaços de divulgação, como demonstrado nas interações de Caballo junto a outros canais como a MTV Brasil e ao produtor Lord Breu:

Tweet la rebellion

[@MTVBrasil @LeoJusti](#)
[maddecent.com/scene-watch-br...BANG!!](#) 7 hours ago

RT [@lordbreu](#): Dendê EP já está disponível! Confira em [maddecent.com/scene-watch-br... .. e soundcloud.com/lordbreu](#)
[@caballomothafu @ClubTapes @Beat...BANG!!](#) 7 hours ago

[#resiste](#)
[instagram.com/p/4KzJ4dKhIg/BANG!!](#)
22 hours ago

Evdi Sounds + Happy Colors' Tratan Video Premiere THIS WEEK!!
[youtu.be/CwZgWH5CXos](#)
[fb.me/7mA3uniySBANG!!](#) 1 day ago

Evdi Sounds- Tratan + Happy Colors (mini Promo):
[youtu.be/CwZgWH5CXos?a](#) via [@YouTubeBANG!!](#) 1 day ago

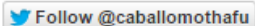
 Follow [@caballomothafu](#)

Figura 7 - *widget* do Twitter na página da Latino Resiste mostrando suas interações junto a outros canais de divulgação formais, como a MTV Brasil³⁹

É possível pensar na possibilidade de se acelerar de fluxos de capital – incluso também o financeiro – em toda a extensão³⁷ do continente latino-americano, abraçando o contexto do neoliberalismo para assim subvertê-lo a partir do potencial de agência artística (CANCLINI, 2012) em uma perspectiva “antineoliberal”, ou o “momento de possibilidade para a geração de autoconhecimento crítico e de autoconsciência dos grupos subalternos” (GONÇALVES, 2013, p. 35).

Para validar essa proposição, é necessário concentra-se em uma fonte cuja legitimidade para falar sobre o assunto seja representativa.

Canclini (2012) contribui com uma alternativa para se aprofundar o entendimento sobre o caso:

Adotar a posição da antropologia, ou seja, a descrição e a compreensão dos processos a partir do que fazem e dizem os atores [...] permitem analisar como as obras se fazem e se reproduzem em condições variáveis, que os artistas, os críticos e os curadores atuam dentro e fora do mundo da arte (CANCLINI, 2012, p. 54-55).

Uma vez que a Mad Decent se expande enquanto empresa, a Latino Resiste se aproveita da sua visibilidade para iluminar também artistas que trabalham com territórios sonoros latino-americanos.

Entre sua curadoria e sua colaboração, Alberto Caballero (Caballo) traça novas escalas de alcance em que as produções dos membros de seu coletivo são promovidas. Ao oferta-las em múltiplos canais, replica, através da visibilidade, potenciais imaginários a serem construídos sobre a América Latina. Assim, Caballo se mostra uma fonte relevante para uma compreensão mais sofisticada sobre a multiplicação de territorialidades feita pela Latino Resiste.

^{36, 35} Fonte: latinoresiste.com. Acesso em 27-jun-2015.

³⁷ Física.

CAPÍTULO 4 – A hora da verdade

A entrevista com Alberto Caballero - o Caballo - foi utilizada como guia para analisar o caso proposto.

Estruturada em três momentos que por algumas vezes se sobrepõem e por outras se complementam, será utilizada como base legitimadora do caso apresentado.

Com o intuito de aumentar a coesão do projeto, as falas foram reposicionadas em torno dos seguintes tópicos: (1) circuitos culturais como um recurso; (2) Caballo enquanto um sujeito político em suas mediações sobre a América Latina; e (3) a visibilidade mediada como fonte de replicação de imaginários descolonizados.

Após realizada, a entrevista foi transcrita e utilizada como base para a “construção de um novo texto” (DUARTE, 2004, p. 222) que nos permitirá apreender melhor o papel do artista como um sujeito importante na manutenção e configuração de redes de circulação de cultura latino-americana, e consequente consolidação desse circuito em imaginários globalizados sobre o continente América Latina.

a. Circuitos culturais como um recurso

Um dos primeiros tópicos abordados pelo entrevistado foi justamente o fato de a América Latina continuar exercendo uma *mentalidade colonial* que permite a manutenção de ordens colonialistas intrínsecas na história latino-americana (QUIJANO, 2005).

A América Latina é muito enraizada em mentalidade colonial ainda hoje. Gostamos deles por fazerem algo que nós podemos fazer. Então para mim é realmente importante quando vemos as pessoas, especialmente pessoas jovens, fazendo algo absolutamente novo que ainda tenha um enraizamento alto às suas origens, seus passados, suas

culturas... e é algo que se não incentivarmos pode simplesmente desaparecer (informação verbal)³⁸.

A mentalidade colonial mencionada por Caballo faz referência a um modo de consumo específico de uma sociedade neoliberal – o dinheiro investido em produtos culturais de lugares como os Estados Unidos e a Europa, que juntos configuram 94% da indústria da música (IFPI, 2014), com o reconhecimento (ou auxílio) de órgãos como a Billboard, que a cada semana lançam listas contendo os artistas mais populares que, por alguma razão, raramente são latino-americanos - e assim auxiliam a “alfabetização cultural” sobre um determinado catálogo de artistas vinculados a conglomerados específicos que não envolvam a produção cultural da América Latina³⁹.

É pensando em promover a cultura local que Caballo desenvolve sua carreira profissional. Em outras palavras, sua preocupação em promover artistas que trabalhem com fragmentos culturais latino-americanos (gêneros, cenas, realidades) parece ser consciente, e tem a ver com a posição da América Latina enquanto uma espécie de colônia exercida a partir da *cultura enquanto recurso* (YUDICE, 2001) mantenedor de realidades desiguais.

O DJ levanta a voz sobre pequenos detalhes que fazem toda a diferença nas formas com que se consome a música hoje, e que não necessariamente estão estritamente vinculadas aos meios de comunicação, mas sim à cultura de em que sujeitos “se viram” e constroem modelos de produção e consumo alternativos como os do funk carioca e do tecnobrega (VIANNA, 2003).

Segundo Caballo,

a maior parte da audiência latino-americana não tem nem ao menos um cartão de crédito, então pra gente é muito difícil comprar um lançamento, mesmo se quisermos, é muito difícil comprar algo de alguém que não conhecemos... é muito difícil. Então guardamos dinheiro para artistas que só conhecemos (informação verbal)⁴⁰.

³⁸ Entrevista concedida por CABALLERO, Alberto. Latino Resiste. [jun.2015]. Entrevistador: Luan Ferreira de Avila. Porto Alegre, 2015. 1 arquivo .mp3 (60 min.). A entrevista na íntegra encontra-se transcrita no Apêndice II desta monografia.

³⁹ The big 4.

⁴⁰ Entrevista concedida por CABALLERO, Alberto. Latino Resiste. [jun.2015]. Entrevistador: Luan Ferreira de Avila. Porto Alegre, 2015. 1 arquivo .mp3 (60 min.). A entrevista na íntegra encontra-se transcrita no Apêndice II desta monografia.

A organização do espaço geográfico em torno de repositórios de capital diacrônicos e desiguais (HARVEY, 2005) impede a circulação de valor sobre produtos culturais produzidos na América Latina, o que é traduzido pela falta de recursos para compra, e conseqüente desvalorização sobre o conteúdo regional *em detrimento* do tornado visível por veículos que se destacam na construção do mainstream, uma vez que a visibilidade e preferência tendem a se sobrepor na hora da escolha individual sobre os níveis de envolvimento de consumo de um determinado produto cultural.

Isso está alinhado com a mentalidade neoliberal de Ren (2005), por apontar com que, a partir de escolhas individuais do que consumir ou não, delimitam-se fronteiras e hierarquias também pelo campo da cultura.

Neste sentido, o trabalho da Latino Resiste se traduz em mobilizar outras alternativas de sociabilidade em torno da música, alternativas essas que permitam a replicação de sentidos sobre a cultura da região, considerando as desigualdades de desenvolvimento de espaços geográficos traduzidos também na prática de veículos de comunicação de massa, esses que, por diversos motivos, acabam por não abarcar representações sobre algumas das identidades abrangidas por suas antenas:

Às vezes as pessoas da América do Sul não sabiam sobre o Tuki⁴¹, o tuki da Venezuela, só os venezuelanos sabiam. Mas ninguém na Colômbia, ninguém no Chile, ninguém na Argentina, ninguém no Brasil sabia disso. Então abrimos a janela para algo que esta acontecendo na Venezuela que é muito forte na Venezuela, e abrimos a janela na América do Sul (informação verbal)⁴².

Apesar de não ter visto a reverberação do Tuki em regiões como a Europa e a América do Norte, o fato do gênero ter sido mobilizado na América do Sul também parece estar alinhado com as intenções de Caballo em promover a cultura regional para além do mainstream, uma vez o DJ define o propósito da Latino Resiste como sendo o de “dar exposição à algo que

⁴¹ Gênero musical popular nos *barrios* de Caracas. Ver *Changa Tuki – o funk da Venezuela*: <http://oglobo.globo.com/cultura/changa-tuki-funk-da-venezuela-7553554>. Acessado em 16-jun-2015.

^{42, 42, 43} Entrevista concedida por CABALLERO, Alberto. Latino Resiste. [jun.2015]. Entrevistador: Luan Ferreira de Avila. Porto Alegre, 2015. 1 arquivo .mp3 (60 min.). A entrevista na íntegra encontra-se transcrita no Apêndice II desta monografia.

realmente acontece e é grande na América Latina, mas de alguma forma a mídia mainstream não cobre esses gêneros”⁴³.

Por vezes as tentativas de mobilizar a cultura regional em uma escala global não dão certo – porém, quando dão, cruzam fronteiras e habilitam novos sujeitos a construir seus próprios sentidos sobre a região América Latina:

A coisa é que depende muito do que estamos lançando em um momento particular, então várias pessoas não necessariamente são latinas, mas são *inspiradas* pela cultura latina, pela cultura caribenha. (...) Porque elas não são latinas elas trazem algo novo à equação, algo que elas acreditam em suas mentes ou em sua visão, que "isso é latino!" - e aí isso cria todo um novo caminho, um novo universo para pessoas que não tem as referências⁴⁴.

A consolidação de uma comunidade imaginada (ANDERSON, 2008) em torno de pensamentos sobre o que significa *ser* latino-americano é a ponte para relacionar um “elemento latino” às produções de DJs de todo o mundo.

Caballo sugere que a latinidade já não necessariamente está vinculada à cor do passaporte de uma pessoa ou mesmo à língua que ela fala. Questionado sobre a promoção da latinidade como um projeto *global*, Caballo aponta que a latinidade em uma sociedade marcada por fluxos de mobilidade de pessoas e ideias não deve dizer respeito ao que diz em sua certidão de nascimento, mas sim ao que elas acreditam enquanto utilizadores da cultura enquanto recurso:

Às vezes tem pessoas da Espanha, que não são necessariamente latinos mas estão muito conectados à identidade, então ... latinos interracialis, como o Munchi ou a Rafael Agondi, ou alguns outros que não necessariamente nasceram na América Latina mas seus pais sim, então continuam uma linhagem na cultura, certo? Existem muitas pessoas que estão na América Latina mas não são Latino-Americanas, como o Chong X [...] Ele é da República Tcheca, mas viveu tantos anos no Peru que viveu peruano em sua identidade, então ele é um dos artistas mais conhecidos de nosso catálogo e é um dos poucos que sempre lançamos e que sempre faz várias coisas latinas mas é da república tcheca (informação verbal)⁴⁵.

^{42, 43} Entrevista concedida por CABALLERO, Alberto. Latino Resiste. [jun.2015]. Entrevistador: Luan Ferreira de Avila. Porto Alegre, 2015. 1 arquivo .mp3 (60 min.). A entrevista na íntegra encontra-se transcrita no Apêndice II desta monografia.

⁴⁵ Entrevista concedida por CABALLERO, Alberto. Latino Resiste. [jun.2015]. Entrevistador: Luan Ferreira de Avila. Porto Alegre, 2015. 1 arquivo .mp3 (60 min.). A entrevista na íntegra encontra-se transcrita no Apêndice II desta monografia.

Dessa forma, a disseminação de fragmentos identitários relacionados à latinidade passa a fluir por intermédio de circuitos culturais, que passam a ser fonte de experimento de cidadanias, constituindo o que Appadurai (1996) chama de esfera pública diaspórica. Esses *fragmentos de latinidade* são apropriados por sujeitos diversos a partir das relações entre suas histórias de vida e relações dessas com suas origens: sejam elas registradas em cartório ou por intermédio de identificações que porventura ocorreram no decorrer de suas trajetórias de vida, estando diretamente relacionadas ao tipo de visibilidades que elas mediam enquanto cidadãs-artistas.

b. Sujeitos políticos em mediações culturais

Partindo das tecnologias às ações que conferem sentido a ela, Martín-Barbero (2003) identifica na cultura como um recurso a possibilidade de se construir espaços de ação – mediações – em que o artista se posicionaria como um *sujeito político* capaz de articular e construir realidades distintas, ou “fazer-se visível socialmente” (MARTÍN-BARBERO, 2003 p. 318).

Aqui percebe-se Caballo como um sujeito político que tem a consciência sobre a assunção da promoção da cultura enquanto ferramenta de construção de novos imaginários sobre a região latino-americana.

Com as palavras do DJ:

Nós criamos uma pequena janela na Europa e na América do Norte, assim que o que nós fazemos é apenas colocar em um contexto diferente algo que já está acontecendo, ou que já é muito grande, mas que de alguma forma não é coberto pela mídia -- mas isso não significa que não existe... existe há muito tempo e é muito popular, mas de qualquer forma, é popular com as *peessoas*, com pequenos grupos, não necessariamente com *gueto*, pois não há nada criminoso ou que tenha uma conotação ruim ... é na real algo que não é necessariamente *fácil de vender* para gravadoras ou *fácil de vender* para a *mídia* por causa do conteúdo lírico, ou da música, ou porque as pessoas não são necessariamente *bonitas* para padrões ocidentais... então... pessoas normais. Não necessariamente (serão) algo que a mídia mainstream estará interessada em vender ou retratar. Não significa que as pessoas não compre-

ou não gastem dinheiro nisso, mas tem uma dinâmica diferente, certo? Então ... é isso que nós fazemos. Nós pegamos algo que já existe ou que começou a existir e colocamos nesse contexto de forma que as audiências europeias e norte-americanas saibam sobre essas coisas (informação verbal, grifos do autor)⁴⁶.

Aqui Caballo toca no que Vianna (2003) menciona sobre os circuitos culturais independentes. Eles mostram pessoas que não necessariamente estejam de acordo com os cânones pré-estabelecidos no momento da divulgação de um conteúdo. E por *janela*, Caballo parece referenciar às possibilidades de visibilidade por ele mediadas, o que não deixa de estar relacionado com a constituição de paisagens midiáticas (APPADURAI, 1996) que carreguem em si fluxos de imaginação em que a América Latina seja concebida enquanto uma fonte de múltiplas riquezas culturais.

Uma vez que circuitos culturais se mobilizam cada vez mais em torno de lógicas de produção e consumo pós-fordistas, no sentido de que suas distribuições são descentralizadas dos polos industriais (MORLEY; ROBINS, 2002), também se esmaecem os controles exercidos por mediações hegemônicas de membros da indústria formal da música, o que permite que se abram as brechas propostas por Orihuela (2005), em que a população em geral (nem tão linda) contribua com a consolidação do capital cultural regional através da visibilidade em uma escala global.

A pretensão descolonizadora, proposta por Gonçalves (2013), é declarada por Caballo, que enquanto *sujeito político* (MARTÍN-BARBERO, 2008) atuante em mediações sobre a oferta de circuitos culturais alternativos, afirma conceder sua voz para promover a riqueza cultural de região como tentativa de construir um marco pensado a partir de sua concepção enquanto sujeito mobilizador de visibilidades mediadas.

É algo que eu posso deixar após eu morrer. Eu posso felizmente dizer que ao menos pude fazer algo para promover minha cultura. Não apenas meu país de origem, mas qualquer coisa do continente. E posso felizmente dizer que houve um

⁴⁶ Entrevista concedida por CABALLERO, Alberto. Latino Resiste. [jun.2015]. Entrevistador: Luan Ferreira de Avila. Porto Alegre, 2015. 1 arquivo .mp3 (60 min.). A entrevista na íntegra encontra-se transcrita no Apêndice II desta monografia.

antes e depois da Latino Resiste em termos das pessoas que faziam exatamente a mesma coisa que nós fazemos (informação verbal, grifo do autor).

Nesse sentido, a consciência sobre a possibilidade de construção de um legado a partir de sua atuação enquanto um sujeito político é posta em prática na sua preocupação em consolidar novos territórios sonoros (JANOTTI JR., 2012) que se disseminam eletronicamente (MORLEY; ROBINS, 2002) e já independem de sentimentos e ideais vinculados à presença física, e sim à identificações de proximidade que, conforme afirma Le Boulch (2001), hierarquizam as relações entre um o sujeito e a multiplicidade de territórios que o sobrepõem.

Para Caballo, sua condição de imigrante se traduz em uma possibilidade de aproximação de diferentes mundos imaginados (APPADURAI, 1996):

Aqui no Canadá não existem muitas pessoas que estejam tentando ampliar o conhecimento sobre a cultura (*latino-americana*), então eu acredito que seja uma boa oportunidade que eu tenho um lugar e uma voz mesmo se seja uma voz pequena tento mobilizar conhecimento sobre isso (informação verbal)⁴⁷.

O reconhecimento da intenção de agir na conexão entre distintas realidades através de seu trabalho é demonstrado em falas sobre a sua voz enquanto um instrumento político direcionado à disseminação de conteúdos outros que não os oferecidos pela mídia de massa:

Particularmente eu, se eu tenho uma voz, porque não usá-la para mobilizar visibilidade sobre isso em vez de investir em... não sei, qualquer coisa nova que a Miley Cyrus esteja promovendo? Nós temos muitas pessoas que podem fazer, mas não muitas pessoas que podem *tornar visível* o tribal do México, ou que não podem fazer sobre a Chicha do Peru, ou da Cueca do Chile, ou da Argentina [...] em contextos diferentes do que estão inseridos em seus países (informação verbal, grifo do autor)⁴⁸.

Ao assumir o papel de disseminar múltiplas cenas musicais latino-americanas como uma carreira em que pode construir um legado, Caballo explicita a consciência sobre a possibilidades de construção de *paisagens midiáticas* (APPADURAI, 1996) – ou, nas suas palavras, *abertura de janelas* –

^{47, 48} Entrevista concedida por CABALLERO, Alberto. Latino Resiste. [jun.2015]. Entrevistador: Luan Ferreira de Avila. Porto Alegre, 2015. 1 arquivo .mp3 (60 min.). A entrevista na íntegra encontra-se transcrita no Apêndice II desta monografia.

acerca do capital cultural latino-americano, ativamente executadas a partir de interações exercidas por ele dentro e fora dos circuitos culturais do qual faz parte.

Esse papel parece estar alinhado com o que Haesbaert (2004) e Herschmann (2010) propõem: uma vez que a construção de múltiplas territorialidades se faz um importante instrumento político, seu empreendimento em visibilidades no campo da mídia é o caminho para tal.

Neste sentido, a atuação de Caballo na Latino Resiste multiplica paisagens midiáticas a partir da concessão de visibilidade sobre as produções que fogem do promovido como música pela indústria fonográfica. Sua prática é semelhante à ilustrada por Canclini (2000): a busca da consolidação de uma região a partir da cultura – região cuja escala é modelada a partir das realidades vivenciadas pelo artista migrante que, membro de uma esfera pública diaspórica (APPADURAI, 1996), conectado na sociedade em rede (CASTELLS 2005), e oriundo de uma sociedade colonial (QUIJANO, 2005; PRYTHON, 2001), parece buscar desvincular a si próprio de quaisquer regimes de colonização a partir da construção de *outros espaços* que promovam visibilidades distintas sobre suas identificações culturais, tanto como forma de se *divertir*, como também de fazer entender a complexidade de sua constituição identitária.

O entendimento sobre a pluralidade de identificações característica da pós-modernidade (HALL, 1997) serve como fonte para a apreensão de um caso em que a mobilização de uma cultura regional imaginada, exercida aqui por membros de uma esfera pública diaspórica (APPADURAI, 1996) composta de artistas e produtores que emigram e imigram *performatividades*, disseminam suas visões de mundo e dessa forma redefinem relações de proximidade e pertencimento (LE BOULCH, 2001) com o que os cerca.

Especificamente no caso da Latino Resiste, esses sentidos de pertencimento sobre a região são construídos a partir da publicação de cenas divulgadas por atores outros do que aqueles que mediam as significações populares no *mainstream*, que Caballo sugere serem alienantes e mantenedoras das mentalidades coloniais de Ren (2005).

Portanto, a construção de identidades a partir da cultura latino-americana é expandida ao nível das comunidades transnacionais (CANCLINI, 1999), e assim estendida a todos os que se identificam com determinadas características do trabalho da Latino Resiste. Assim, é promovida a disseminação de identidades que não mais são subalternas, uma vez que estão desvinculadas de qualquer condição referente à colônia, pois não buscam depender dos esquemas de distribuição hegemônicos da indústria fonográfica, muito menos das representações e paisagens midiáticas construídas por essa indústria.

É a partir dessas condições de fala que se revela o fragmento identitário que confere legitimidade aos investimentos de Caballo em visibilidade mediada (THOMPSON, 2007): o passado de um povo ainda hoje subjugado, que o inspira tanto quanto profissional enquanto indivíduo (CANCLINI, 2012), a se identificar como um sujeito político que difunde a cultura como um recurso de libertação (MARTÍN-BARBERO, 2003).

É sobre música, sobre cultura, se é bom se está dando algo novo para um movimento que já aconteceu ou se as pessoas estão começando um movimento, vamos apoiar independente de sua cor, orientação sexual, comportamento cultural - que seja -, simplesmente apoiamos um movimento de cultura. Sempre tentando estar apenas no lado positivo (informação verbal)⁴⁹.

Cabe ressaltar que é na possibilidade de identificações de múltiplos *outros* com a cultura regional latino-americana que residem as fontes de multiplicidade de significações sobre o continente.

Uma vez que a busca por constituição de identidades reside está também nas mobilizações em torno da cultura enquanto um recurso, esses outros múltiplos facilitam o reposicionamento da região em uma nova cartografia que aproxima pessoas oriundas de diferentes realidades em torno de ideais em comum, contribuindo à constituição de imaginários múltiplos em que territorialidades alternativas podem ser exercidas com intenções ativamente explicitadas.

⁴⁹, ⁴⁹, ⁵⁰ Entrevista concedida por CABALLERO, Alberto. Latino Resiste. [jun.2015]. Entrevistador: Luan Ferreira de Avila. Porto Alegre, 2015. 1 arquivo .mp3 (60 min.). A entrevista na íntegra encontra-se transcrita no Apêndice II desta monografia.

A seguir, a discussão será focada nas semelhanças e diferenças entre a Latino Resiste e a Mad Decent e a sua relação simbiótica no circuito da música eletrônica underground, de forma a elucidar a visibilidade mediada por Caballo em diversos canais – cuja entrevista buscou captar sua atuação também como colaborador da página da Mad Decent, recorte sugerido no estudo do caso.

c. Visibilidade performada – A cultura *para o recurso*

O negócio é que a Mad Decent, nesse momento particular, é uma *companhia* que é muito conhecida na cena da música underground, no entanto nem sempre foi assim, certo? Eu tive a honra de ser um membro deles desde 2010, 2011, antes deles se tornarem a Mad Decent que conhecemos. Naquela época eles apoiavam muito a música underground. Ainda hoje eles fazem isso. Então o que tem acontecido é que apenas o Diplo ficou mais famoso, e Major Lazer se tornou um sucesso internacional. Mas a estrutura, o núcleo, continua o mesmo. Então muitos de nós mantêm a mesma mentalidade de compartilhar música underground, pois é isso que eles fazem (informação verbal)⁵⁰.

A preocupação da Mad Decent em se promover enquanto difusora de culturas diversas em uma comunidade de música cada vez mais diversificada (MAD DECENT, 2015) se mantém de pé, ainda que existam interesses em lucratividade, uma vez que outros membros da gravadora que atuam nos bastidores continuam exercendo suas mediações sobre a gravadora-instituição.

O papel negociado por Caballo é atualmente o de difundir cenas não cobertas pelos profissionais da outra gravadora, fazendo a cobertura da disseminação de conteúdo sobre territórios sonoros pertencentes à lugares geográficos não muito explorados pelos outros experts-membros da Mad Decent:

Elas não entendem de verdade as cenas latino-americanas, ou africanas, ou árabes como eu entendo, então deixam eu escolher esse conteúdo para eles, mas eles realmente estão cientes do que está acontecendo nas cenas da Coreia do Sul, da América do Norte e Europa, então eles cobrem isso (informação verbal)⁵¹

Assim, enquanto colaborador da Mad Decent, sua contribuição é a de disseminar conhecimento sobre o mapeamento de cenas musicais específicas,

em uma espécie de definição informal sobre papéis e responsabilidades alinhados à suas intenções enquanto sujeito político.

Quer dizer, eles tem DJ Snake da França⁵², CL da Coréia do Sul⁵³, e muitos artistas de Baltimore⁵⁴, drum n bass, trap, muitas coisas que até esse momento eram muito novas, não são famosas. Quer dizer, quando lançaram Baauer, Harlem Shake, ninguém conhecia ele. Quando lançaram Flosstradamus, eles não eram famosos. Dillon Francis não era famoso. Muitas pessoas que eles lançam não são famosas quando eles lançam. Então é exatamente igual. A diferença é que porque eles se posicionam a um público diferente eles se tornam mais famosos, pois estão se posicionando para audiências *européias e norte-americanas* (informação verbal, grifo do autor)⁵⁵.

É a sinergia sobre a intenção de divulgar a diversidade cultural global através da música que converge os interesses do Caballo membro da Latino Resiste com a equipe que faz parte da Mad Decent.

A possibilidade de difundir seu conteúdo para os públicos com maior acesso à tecnologia, porém pouco acesso a conteúdos relacionados aos territórios sonoros latino-americanos, é vista pelo DJ como um benefício em si.

Então não somos tão diferentes de tantos jeitos da Mad Decent assim, a diferença é que eles têm mais estrutura, com certeza eles tem mais dinheiro para investir em... "coisas sociais", social media, *awareness*, e nós não damos muita bola pra isso. Usamos, mas não é nossa intenção se tornar viral. Nossa maior intenção é ter um legado sobre algo que existia antes e depois - não queremos necessariamente nos tornar famosos ou ricos (informação verbal)⁵⁶.

Aqui se percebe que a natureza da relação entre a Latino Resiste e a Mad Decent tem um caráter simbiótico, em que ambas as gravadoras se beneficiam a partir da lógica da multiplicidade de ofertas (ANDERSON, 2007), o que possibilita uma interessante dinâmica entre instituições que mediam sentidos sobre cidadania através do circuito cultural da música eletrônica.

⁵² www.soundcloud.com/djsnake

⁵³ www.me2day.net/21CL

⁵⁴ www.baltimore-club.com

^{54, 55} Entrevista concedida por CABALLERO, Alberto. Latino Resiste. [jun.2015]. Entrevistador: Luan Ferreira de Avila. Porto Alegre, 2015. 1 arquivo .mp3 (60 min.). A entrevista na íntegra encontra-se transcrita no Apêndice II desta monografia.

E de fato, o momento parece oportuno para pessoas que trabalhem com o guarda-chuva do gênero. Segundo relatório apresentado no International Music Summit (2014), ao passo que a música eletrônica cresce em volume de vendas digitais, o de gêneros tradicionalmente populares (como pop e rock) diminui pelo terceiro ano consecutivo (IBIZA MUSIC SUMMIT, 2014, p. 3).

Assim, essas relações entre distribuidores de cultura complementam uma a outra - uma vez que o conteúdo da Latino Resiste está passível de apreciação e conseqüente lançamento como produto a ser acessado por comunidades norte-americanas e europeias, podem consolidar novas cenas musicais regionais no circuito global da música, o que beneficia tanto iniciativas maiores como a Mad Decent como os artistas pertencentes da Latino Resiste.

Tudo isso pela visibilidade da cultura – para Caballo, a lucratividade aparenta ser uma *consequência*.

Nós estamos mais a fim de lançar coisas de graça e apoiar os movimentos mais do que lucro ou social media likes ou shares etc... eu pessoalmente não acredito que isso seja relevante [...] estamos apenas tentando ver se algo está acontecendo, se há um movimento na América Latina que é muito único e importante para essa população em particular, nós lançamos (informação verbal)⁵⁷

Embora não dê bola à métricas de social media, Caballo valoriza a difusão em canais de distribuição de conteúdo formais como blogs de gravadoras e jornais se torna um relevante recurso de visibilidade. O DJ entende que a divulgação da Latino Resiste em múltiplos veículos de comunicação com certo nível de empresariamento conferem um certo nível de legitimidade à sua *netlabel*,

Eu tenho acesso a não apenas a Tropical Bass, mas às vezes também a MTV, à Vice, [...] e isso confere à gravadora um certo aspecto de ... como dizer... um certo aspecto de respeito de algumas pessoas, pois elas acreditam que nossos lançamentos não são apenas os lançamentos normais, mas que é uma gravadora séria, que realmente consegue a atenção de veículos respeitados, sim, ou de canais mais respeitados. Então, quando fazemos algo e isso é blogado na Mad Decent ou na Vice ou na MTV, não apenas porque eu sou o cara que

escreveu, mas também pois os editores viram o conteúdo, é algo que é muito relevante (informação verbal)⁵⁸.

Esse nível de legitimidade é construído socialmente em relações e interesses de diferentes membros da comunidade artística e profissionais do campo da mídia. Neste sentido, o redirecionamento de fluxos de atenção que constituirão paisagens midiáticas “latinoamericanizadas”, consequência do investimento de Caballo em veicular seu conteúdo em múltiplos canais de visibilidade que o legitimam, confirma a crença de Morley e Robins (2002) de que a distribuição é, ao menos neste caso, o foco do poder sobre a mobilização da cultura.

Temos aqui um caso em que o artista é empoderado pela consciência sobre a visibilidade mediada de Thompson (2007), consciência essa traduzida na articulação de relações com outros personagens que tomam decisões sobre o tipo e formas de conteúdos a serem publicados, como os editores desses veículos maiores – que, segundo Caballo, oferecem espaço de divulgação pois “apoiam e acreditam que estamos trazendo algo novo à mesa”.

Ao confiar nas relações como as com editores que detêm poder distributivo, o DJ promove sociabilidades que permitem a consolidação de novos entendimentos sobre os meios e fins da cultura regional latino-americana, o que multiplica territorialidades a partir da visibilidade concedida à Latino Resiste. Dessa forma, a cultura regional se desvincula de um mapa eurocentrista para se reorganizar em cartografias que conectam pessoas ao redor de todo o mundo a partir das paisagens imaginadas e construídas no campo da mídia.

Então, o mundo imaginado de Caballo é expressado por ele em suas mediações enquanto sujeito político, nas quais a replicação de paisagens midiáticas descolonizadas é uma *consequência legitimada* por seu pertencimento à uma esfera pública diaspórica organizada por circuitos culturais globais que aceleram cenas musicais regionais.

^{56, 58} Entrevista concedida por CABALLERO, Alberto. Latino Resiste. [jun.2015]. Entrevistador: Luan Ferreira de Avila. Porto Alegre, 2015. 1 arquivo .mp3 (60 min.). A entrevista na íntegra encontra-se transcrita no Apêndice II desta monografia.

A replicação dos ideais de Caballo pode ser observada em seu trabalho na divulgação da Latino Resiste em confluência com outros canais de divulgação como a Mad Decent. A “abertura de janelas” para distintas significações sobre a cultura regional é prioridade de um sujeito político que assume o papel de promotor de outras realidades que não as comumente divulgadas por veículos de massa acerca de povos e regiões mistificadas como subalternas.

Portanto, Caballo serve como *um* exemplo de sujeito político empoderado a partir da “abertura de janelas” - visibilidades mediadas que, apesar de não priorizarem a viabilização de lucro, “exploram comunidades baseadas na cultura-como-recurso para solucionar problemas sociais” (YUDICE, 2004, p. 405).

CONCLUSÃO

A investigação se propôs a apreender as formas como a visibilidade mediada serve de instrumento para a construção de territorialidades sobre a América Latina em uma escala global. Utilizou o estudo de caso enquanto método para ilustrar, a partir da conexão com as impressões de Caballo sobre o tema, as formas com quais o reconhecimento do investimento em promoção de cenas musicais regionais em veículos de comunicação maiores possibilitam a disposição de diferentes imaginários em torno de noções vinculadas à latino-americanidade. A entrevista semi-estruturada, então, buscou centralizar o papel do DJ na constituição de diferentes paisagens midiáticas ocupadas, por assim dizer, pelos próprios cidadãos latino-americanos.

A mentalidade colonial que mantém a América Latina em posições subalternas *também* a partir da cultura é alvo da agência de Caballo, cujo investimento na replicação de *visibilidade mediada* (THOMPSON, 2007) sobre o trabalho de personagens que compõem a Latino Resiste permite a consolidação de paisagens midiáticas mais igualitárias.

A visibilidade em veículos de comunicação de maior porte é apontada por Caballo como legitimadora de seu trabalho, exercido graças à sua motivação em promover rupturas com a mentalidade colonial a partir da disseminação sobre a cultura regional latino-americana em escala global por meio do campo da mídia.

As mediações de Caballo são efetuadas conscientemente, e assim ele é definido como um *sujeito político* cujos esforços estão centrados nas negociações com os detentores de poder distributivo dos meios de comunicação - bem como no reconhecimento sobre as formas como seu trabalho de divulgação pode reafirmar, em escala global, o valor e a legitimidade das cenas culturais regionais.

Neste sentido, é confirmada a crença levantada na revisão documental acerca da *performatividade sobre os meios de comunicação* como potencial prática constituidora de geografias menos desiguais a partir do campo da

mídia. As mediações dos atores pertencentes a circuitos culturais que, uma vez distribuídos em rede, se tornam diaspóricos, são essenciais na constituição de outros imaginários que não os disponibilizados pelos circuitos culturais hegemônicos - os que detêm o poder, e consequente domínio sobre a distribuição das paisagens midiáticas globalizadas.

Uma vez que o reconhecimento sobre cenas musicais regionais é estendido a outros sujeitos que de outra forma não teriam acesso a territórios sonoros da região, Caballero age como um *promotor de imaginários sobre a América Latina*, servindo como exemplo em que o investimento em visibilidades permite a construção de imaginários mais plurais sobre as culturas do continente a partir da articulação de cenas regionais em uma escala desterritorializada.

Consequentemente, a cultura regional latino-americana se desprende de territórios geográficos desiguais – e se multiterritorializa a partir do investimento de artistas-cidadãos que constituem ativamente *repositórios de imaginários* distribuídos pela mídia.

A prática da Latino Resiste em sua replicação de conteúdo em outros veículos de comunicação mais formais permite a abertura de janelas para a desvinculação do continente latino-americano – ou melhor, dos imaginários construídos sobre ele – das subjugações etnocêntricas dos sujeitos ditos *de primeiro mundo*, a partir da ocupação (por assim dizer) de paisagens midiáticas que promovem a cultura regional de formas criativas.

Em última instância, a Latino Resiste promove a *multiterritorialidade* sobre as identidades regionais por meio da *visibilidade mediada*, e assim abre portas para a construção de novos imaginários coletivos a partir da redefinição de proximidades com as cenas musicais latino-americanas, que passam a independer de pertencimentos físicos por se construírem sobre as identificações culturais de sujeitos espalhados pelo globo.

Cabe ressaltar que este estudo de caso não foi exaustivo, no sentido de que não se esgotaram as possibilidades de abordagem sobre a Latino Resiste e sobre as cenas musicais regionais que ela se dispõe a promover. No entanto, reforça-se o papel desse estudo como um exemplo em que o investimento em

visibilidades mediadas pode consolidar a cultura regional em uma espécie de mapa que reconheça alguns processos históricos que posicionam uma diversidade de povos em determinadas situações *também a partir da cultura*.

Assumir o papel de tornar esse assunto visível dentro da academia implica em evitar *discussões teóricas sobre a teoria*: ao se “botar as mãos na massa”, é assumido o risco de não se chegar a nenhuma conclusão pontual que prove hipóteses fixas – o que deve ser encarado como algo benéfico, uma vez que se trata menos da busca a uma conclusão universalmente extrapolável, e mais da utilização de casos específicos que iluminem outras formas de ser e de pensar também por meio de espaços formais de pesquisa.

Abre-se aqui, então, a possibilidade de mobilizar discussões centralizadas na *visibilidade como um recurso* para a promoção de territorialidades outras que sirvam como espaços de cidadania, construídos a partir da *performatividade* dos membros de *circuitos culturais alternativos* junto aos meios de comunicação de massa.

Ao passo que territórios sonoros se dissolvem no contexto da sociedade em rede, se estendem a cidadãos que se definem ativamente a partir da cultura como um recurso, articulados em comunidades que permitem identificações coletivas pelo compartilhamento de sentidos múltiplos sobre pertencimentos que estejam desvinculados de ordens hegemônicas replicadas pela indústria fonográfica.

Assim, a performatividade de Alberto Caballero sobre a negociação de espaços de divulgação dos artistas da Latino Resiste consolida paisagens midiáticas que ajudam a descolonizar o continente latino-americano a partir da replicação da cultura regional em múltiplos espaços de reflexão sobre pertencimentos e proximidades que se distinguem dos promovidos pelos meios de comunicação de massa, tomando esses meios como um recurso que permite, enfim, a construção de espaços de produção e consumo menos desiguais.

REFERÊNCIAS

ANDERSON, Benedict. **Comunidades Imaginadas**. São Paulo: Cia das Letras, 2008.

ANDERSON, Chris. **A cauda longa**. São Paulo: Campus, 2007.

APPADURAI, Arjun. **Modernity at Large. The Cultural Dimensions of Globalization**. Minnesota: Minnesota University Press, 1996.

ADORNO, Theodor W.; HORKHEIMER, Max. **Dialética do esclarecimento-fragmentos filosóficos**. Tradução: Guido Antonio de Almeida. Rio de Janeiro: Zahar, 1985.

BASTOS JR., Luiz. **Territorialidade, Soberania e Constituição: as bases institucionais do modelo de estado territorial soberano**. In: Novos Estudos Jurídicos, vol. 19, n. 1, jan-abr 2014. Disponível em <www.univali.br>. Acessado em 07-jun-2015.

BELLO, Enzo. **O pensamento pós e descolonial no novo constitucionalismo latino-americano**. Caxias do Sul, EDUCS, 2014.

BENJAMIN, Walter. **Illuminations**. Nova York: s/Ed., 1968. Trad. Harry Zohn.

BORDENAVE, Juan E. Diaz. **O que é comunicação**. 29ª reimpressão. São Paulo: Brasiliense, 2004.

BRAGATO, F.; CASTILHO, N. **A importância do pós-colonialismo e dos estudos descoloniais na análise do novo constitucionalismo latino-americano**. In: E. BELLO; E.M. VAL (orgs.), O pensamento pós e descolonial no novo constitucionalismo latino-americano. Caxias do Sul, EDUCS, p. 11-25, 2014.

CABALLERO, Alberto. **Latino Resiste**. [jun. 2015]. Entrevistador: L. Avila. Porto Alegre: UFRGS, 2015. 1 Mp3, 60 min. Entrevista concedida para monografia de conclusão de curso.

CANCLINI, Néstor. **Industrias culturales y globalización: Procesos de desarrollo e integración em América Latina**. In: Portada, n. 33, v. 129. 2000. Disponível em < <http://www.revistaei.uchile.cl/index.php>>. Acessado em 07-jun-2015.

_____. **Diferentes, desiguais e desconectados**. Rio de Janeiro: UFRJ, 2005.

_____. **Culturas Híbridas – estratégias para entrar e sair da modernidade**. 4. ed. São Paulo: UNESP, 2011.

_____. **A Sociedade sem Relato: Antropologia e Estética da Iminência**. São Paulo: EdUSP, 2012.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. Tradução Roneide V. Majer. 8ª ed. São Paulo: Paz e Terra, 2005. (A era da informação: economia, sociedade e cultura; v. 1).

CAZELOTO, Edilson. **Por um conceito de hegemonia na cibercultura**. In: Comunicação e Sociedade, 32, 52, 2010. Disponível em <www.metodista.br>. Acessado em 07-jul-2015.

CORTÊS, M.R.; REIS, L.C; BENZE, R. P; DELGADO, S. S.; CORTÊS, F. V. P. R. **A Cauda Longa e a Mudança no Modelo de Negócio do Mercado fonográfico: reflexões acerca do impacto das novas tecnologias**. ENEGEP, 2008. Disponível em <www.abepro.org.br>. Acesso em 07-jun-2015.

DUARTE, R. **Entrevistas em pesquisas qualitativas**. Educar em Revista, Curitiba, v. 24, p. 213-225, 2004.

FACEBOOK, **Mad Decent**. Disponível em: <fb.com/maddecent>. Acessado em 07-jun-2015.

_____. **Latino Resiste**. Disponível em: <fb.com/latinoresiste>. Acessado em 07-jun-2015.

FERREIRA, Teresa. **Entrevista a Arjun Appadurai**. In: Comunicação e Cultura, 7, 9, 2009. Disponível em <comunicacaoecultura.com.br>. Acessado em 07-jun-2015. pp 133-140.

GALUSZKA, P. **The Rise of the Nonprofit Popular Music Sector – The Case of Netlabels**. In: Music, Business and Law: Essays on Contemporary Trends in the Music Industry. Helsinki: IASPM Norden & Turku, 2012: International Institute for Popular Culture, pp. 65-90

GONÇALVES, Rodrigo. **Intelectuais em movimento: o Grupo Comuna na Construção Hegemônica Antineoliberal na Bolívia**. Tese de mestrado orientada por Alvaro Mendez. Campinas: UNICAMP, 2014, 243 pp.

HALL, Stuart. **The work of representation**. In: HALL, Stuart (org.) Representation: Cultural representation and cultural signifying practices. London/Thousand Oaks/New Delhi: Sage/Open University, 1997.

HARVEY, David. **Condição Pós-Moderna: uma pesquisa sobre as origens da Mudança Cultural**. São Paulo: Loyola, 2005.

HAESBAERT, Rogério. **O mito da desterritorialização: do "fim dos territórios" à multiterritorialização**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2004.

HAYEK, F. **O caminho da servidão**. São Paulo: Instituto Ludwig von Mises Brasil, 2010.

HERSCHMANN, M. **Balanço das dificuldades e perspectivas para a construção de uma cena musical independente em Niterói no início do século XXI**. In: XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Manaus, 2013. Disponível em <intercom.org.br>. Acesso em 07-jun-2015.

HERSCHMANN, M; KISCHINHEVSKY, M. **A reconfiguração da indústria da música.** e-COMPÓS, Brasília, v. 14, n. 1, 2011. Disponível em: <<http://www.compos.org.br>>. Acesso em: 08-jun-2015.

IBIZA MUSIC SUMMIT. **IMS Business Report 2014.** Apresentado em Ibiza Music Summit, mai-2014. Disponível em: <internationalmusicsummit.com>. Acessado em: 08-06-2015

IFPI - INTERNATIONAL FEDERATION OF PHONOGRAPHIC INDUSTRY. **Digital Report.** Disponível em: www.ifpi.org. Acesso em: 07-jun-2015.

JANOTTI JR., J. **War for Territory:** cenas, gêneros musicais, experiência e uma canção heavy metal. In XXI Encontro da Compós, Anais Eletrônicos. Juiz de fora, UFJF, 2012. Disponível em <www.compos.org.br>. Acesso em 07-jun-2015.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência.** São Paulo: Aleph, 2008.

_____. **Cultura da convergência: a colisão entre os velhos e novos meios de comunicação.** 2ª. Ed. São Paulo: Aleph, 2009.

LE BOULCH, Gaël. **The Dynamic Concept of Territory in a Globalized World.** In: Hal Archives, Jul 2001, EGOS. <halshs-00140288>. Acessado em 07-jun-2015.

MAD DECENT. **About.** 2015. Disponível em: <www.maddecent.com/about>. Acessado em 07-jun-2015.

_____. **Artists.** 2015b. Disponível em <maddecent.com/artists>. Acessado em 07-jun-2015.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações:** comunicação, cultura e hegemonia. 5ed. Rio de Janeiro: UFRJ, 2008.

_____. **Tecnicidades, identidades, alteridades: des-ubicaciones y opacidades de la comunicación em el nuevo siglo.** In: Diálogos de la comunicación, 64, 2003. Peru: FELAFACS. pp. 9-24.

MARTINS, G. **A. Estudo de Caso: uma reflexão sobre a aplicabilidade em pesquisas no Brasil.** RCO – Revista de Contabilidade e Organizações, v. 2, n. 2, p. 9-18, 2008.

MIRANDA, Fernanda. **Mediações: um caminho sem volta para pesquisa em comunicação na América Latina.** In: Caderno de Resenhas do Programa de Pós-Graduação Comunicação, Cultura e Amazônia da Universidade Federal do Pará, 1, 2, 2011. Disponível em <http://www.ppgcom-ufpa.com.br/biblioteca/Caderno_Resenhas_PPGCOM_UFPA_02.pdf>. Acessado em 07-jun-2015.

MORLEY, David. ROBINS, Kevin. **Spaces of Identity: Global Media, Electronic Landscapes and Cultural Boundaries.** Londres: Routledge, 2005, 257 p.

OLIVEIRA, M. **Como fazer pesquisa qualitativa.** 2. ed. Petrópolis: Vozes, 2008.

POWELL, J., STEEL, R. (2011). **Revisiting Appadurai: Globalizing Scapes in a Global World – the Pervasiveness of Economic and Cultural Power**. In: International Journal of Innovative Interdisciplinary Research. v.1, 2011, pp. 74-80.

PRASAD, A.; PRASAD, P. **Otherness at large: Identity and difference in the newglobalized organizational landscape**. In: ALTIVO, A.; MILLS, A., Gender, Identity and Culture of Organizations, pp. 57-71, London: Routledge.

PRYSTHON, A. **Mapeando o pós-colonialismo e os estudos culturais na América Latina**. In: Revista Anpoll, Vol. 1, No 10, 2001. Disponível em <anpoll.org.br>. Acesso em 07-jun-2015.

QUIJANO, Aníbal. **Colonialidade do poder, eurocentrismo e América Latina**. In: A colonialidade do saber: eurocentrismo e ciências sociais. LANDER, Edgardo (org). Buenos Aires: Conselho Latino-americano de Ciências Sociais - CLACSO, 2005.

REN, Hai. **Modes of governance in neo-liberal capitalismo: an introduction**. In: Rhizomes, vol 10, n.d, 2005. Disponível em <www.rhizomes.net>. Acessado em 07-jun-2015.

RODRIGUES, Adriano. **Estratégias da comunicação**. Lisboa: Presença, 1990.

ROLLING STONE. **Documentário de Diplo sobre Funk Carioca será lançado em DVD**. [online] 2010.. Disponível em <<http://rollingstone.uol.com.br/noticia/documentario-favela-on-blast-diplo/>>. Acessado em 07-jun-2015.

ROSA, M.; ARNOLDI, M. **A entrevista na pesquisa qualitativa: mecanismos para validação dos resultados**. Belo Horizonte: Autêntica, 2008.

SAID, Edward. **Orientalismo: o Oriente como invenção do Ocidente**. São Paulo: Companhia das Letras, 1990.

SIERRA, F. **Función y sentido de lê entrevista cualitativa en investigación social**. In: CÁCERES, L. G. (coord.) Técnicas de Investigación en Sociedad, cultura y comunicación. México: Prentice Hall, 1998, p. 277-339.

SHOHAT, Ella; STAM, Robert. **Unthinking Eurocentrism: Multiculturalism and the Media**. New York: Routledge, 1994.

THOMPSON, John B. **A Mídia e a Modernidade: Uma Teoria Social da Mídia**. Rio de Janeiro: Vozes, 2005.

VIANNA, Hermano. **Galeras Cariocas, Territórios de conflitos e encontros culturais**. 2ª edição. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2003.

_____. **Tecnobrega: música paralela**. Folha de São Paulo. Caderno Mais, 12/10/2003.

YÚDICE, George. **Apontamentos sobre alguns dos novos negócios da música**. In: HERSCHMANN, Micael. (org.). Nas bordas e fora do mainstream musical. São Paulo: Editora Estação das Letras e das Cores, 2011

_____. **A conveniência da cultura: usos da cultura na era global.** Belo Horizonte: UFMG, 2004.

ZONA GIRANTE. **Latino Resiste: Desenterrando la música underground.** Entrevista com Alberto Caballero. s.d., s.p. Disponível em <<http://www.zonagirante.com/latinoresiste.html>>. Acessado em 07-abr-2015.

ZONA DE OBRAS. **Latino Resiste y Mal Dicen! El trayecto del bass en el contexto latino-americano.** Entrevista com Alberto Caballero. 2014, s.p. Disponível em <<http://www.zonadeobras.com>>. Acessado em 07-jun-2015.

APÊNDICE I - Base para a entrevista com Alberto Caballero

ANTES DA ENTREVISTA

- A intenção é levantar dados sobre o seu trabalho para ampliar a visibilidade da Latino Resiste, seu trabalho com DJs que produzem em torno de ritmos regionais, e as relações entre seu trabalho na Latino Resiste e a sua colaboração na Mad Decent
- Essas questões foram feitas com base em um levantamento secundário inicial no qual você se refere à divulgação de ritmos de periferia no “mainstream global”.
- O objetivo da pesquisa é investigar o trabalho feito sobre a visibilidade de circuitos culturais independentes, do qual a sua digilabel faz parte
- Além de seu consentimento obviamente declarado por sua presença aqui, preciso que você assine um documento formal. Podemos negociar depois da entrevista.
- A entrevista terá em torno de 20 a 30 minutos, e será gravada para transcrição e análise
- Você terá acesso a todos os documentos dessa pesquisa, inclusive a este roteiro e a transcrição.
- Será uma experiência para você refletir também sobre o seu trabalho nesses tempos de internet.

ENTREVISTA

Descrição

- Nome
- Idade
- Onde mora/De onde é

Tópicos

a. América-Latina

[...] li em alguém lugar que desde que vivia na colômbia você trabalhava com ritmos desvalorizados pelo que seria o mainstream de lá, como a chumpeta.

1. Por que você se envolve com esses ritmos como cumbia, salsa choke,etc?
2. Por que é importante difundi-los?
3. Sua vivência em Toronto contribui para difundir?

b. Seu papel na difusão de conteúdo em escala global

1. Quais as suas motivações em trabalhar com a Latino Resiste?
2. Você enxerga seu trabalho como promotor da cultura latino-americana?
3. De quais formas você busca contribuir para esse processo?

c. Latino Resiste e Mad Decent

1. Você reverbera as produções da sua digilabel por onde circula. Por que você faz isso?
2. A Tropical Bass é uma iniciativa sua, porém a Mad Decent não. Especificamente sobre a Mad Decent, que me parece uma empresa --- existem benefícios para a Mad Decent divulgar? Quais?
3. E para a Latino Resiste? Você diria que existem benefícios? 😊
4. Você diria que sua colaboração na Mad Decent aumenta a visibilidade da Latino Resiste?
5. Quais, você diria, são as principais distinções a serem feitas entre a Latino Resiste e a Mad Decent?

PÓS-ENTREVISTA

1. Agradecer
2. Reforçar que todos os documentos referentes à entrevista estarão disponíveis para ele
3. Encerrar

APÊNDICE II – Transcrição da Entrevista

CABALLERO, Alberto. Latino Resiste: [jun. 2015].

Entrevistador: L. Avila. Porto Alegre: UFRGS, 2015. 1 Mp3, 60 min.

Entrevista concedida para monografia de conclusão de curso.

[...]

Para começar, eu gostaria de pegar os seus dados iniciais.

AC: OK, então, meu nome é Alberto Caballero, mais conhecido por muitas pessoas como Caballo, ou Cabalo em inglês, eu sou da Colômbia, nasci em 1977, o que significa que hoje estou com 38 anos. Estou morando fora da Colômbia por 10 anos: primeiro nos EUA, depois no Canadá, tipo 8 anos atrás. E tenho trabalhado desde então aqui no Canadá.

LA: OK, por dez anos você esteve morando na Colômbia e agora você está morando em Toronto. Então...

AC: Sim, faz um tempo desde que eu deixei, mas oficialmente, no entanto, eu sempre estou conectado ao país.

LA: Certo. Você vai à Colômbia com frequência?

AC: Eu não visito com tanta frequência, mas ainda tenho uma conexão profunda graças à internet, às notícias, então eu não necessariamente preciso estar presente fisicamente para saber o que está se passando na cena da música e também nos aspectos políticos e sociais da Colômbia.

LA: Sim, com certeza. Eu gosto que nós tenhamos a internet hoje em dia. Faz a vida mais fácil. Eu viajei por um ano e senti que nunca havia deixado aqui, assim que depois que eu voltei eu estava compreendendo tudo o que se passava. Mas voce sabe, é uma habilidade que algumas pessoas não tem, pois as vezes não é possível manter esse tipo de contato.

AC: Sim, depende da pessoa, certo? Algumas pessoas são mais ligadas à sua cultura e outras só querem viver, é uma escolha pessoal, eu quero ainda ter conexão não apenas com a cultura colombiana mas também com qualquer cultura da américa latina pois eu (()) aqui no Canadá não existem muitas pessoas que estejam tentando ampliar o conhecimento sobre a cultura então, eu acredito que seja uma boa oportunidade que eu tenho um lugar e uma voz, mesmo que seja uma voz pequena, tento mobilizar conhecimento sobre isso.

LA: Isso é muito interessante, e vai nos levar ao primeiro tópico então, é que em algum lugar... eu li na Zona de Obras, que desde que você viveu na Colômbia, você costumava trabalhar com esses ritmos que não são valorizados pelo *mainstream* local, como a champeta. E a pergunta seria ... por que você se envolve com esses ritmos como champeta, tecnobrega, cumbia, funk carioca?

AC: bom, a principal ideia da Latino Resiste foi dar exposição à algo que realmente acontece e é grande na América do Sul, mas de alguma forma a mídia *mainstream* não realmente cobre esses gêneros... certo? O que acontece é que nós temos ... nós criamos uma pequena janela na Europa e na América do Norte, assim que o que nós fazemos é apenas colocar em um contexto diferente algo que já está acontecendo, ou que já é muito grande, mas que de alguma forma não é coberto pela mídia -- mas isso não significa que não existe, existe há muito tempo e é muito popular, mas de qualquer forma, é popular com as pessoas, com pequenos grupos, não necessariamente com gueto, pois não há nada criminoso ou que tenha uma conotação ruim ... é na real algo que não é necessariamente fácil de vender para gravadoras ou fácil de vender para a mídia por causa do conteúdo lírico, ou da música, ou porque as pessoas não são necessariamente bonitas para padrões ocidentais... então ... pessoas normais. Não necessariamente será algo que a mídia *mainstream* estará interessada em vender ou retratar. Não significa que as pessoas não compreendem ou não gastem dinheiro nisso, mas tem uma dinâmica diferente, certo? Então é isso que nós fazemos: nós pegamos algo que já existe ou que começou a existir e colocamos nesse contexto de forma que as audiências europeias e norte-americanas saibam sobre essas coisas. Mas a maior das respostas da América do Sul é "sim nós já sabemos sobre isso" ou "bom que bom que você faz isso, [...]", mas não é nada que eu acabei de inventar ou (incompreensível) é algo que acontece, e de alguma forma que cresce, e mais interessante, eu tenho a oportunidade de colaborar com outras pessoas que estão atrás do movimento e nós criamos essas coisas e assim as lançamos.

LA: Ok então você vê esse trabalho como “promover a cultura latino-americana”?

AC: Sim sim, eu acho que essa é a única coisa que eu posso fazer... como um legado, algo que eu posso deixar após eu morrer. Eu posso felizmente dizer que ao menos pude fazer algo para promover minha cultura. Não apenas meu país de origem, mas qualquer coisa do continente. E posso felizmente dizer que houve um antes e depois da Latino Resiste em termos das pessoas que faziam exatamente a mesma coisa que nós fazemos. Quando começamos não existiam muitos selos gratuitos fazendo isso, e agora você pode dizer que existem centenas ou milhares deles. E isso é ótimo, pois não somos os mais famosos, nem os mosqueteiros, mas somos os pioneiros, então nesse sentido é muito bom.

LA: Sim, é e devo dizer que posso começar a sentir isso ainda aqui em Porto Alegre, em que estamos fortalecendo uma cena que valoriza a cultura local. E

é curioso pois temos uma barreira linguística, certo? Estamos falando em inglês agora, eu não falo espanhol, você fala, eu falo português. Então esse tipo de replicação de conteúdo eu vejo como um meio de dissolver essas fronteiras e nos consolidar regionalmente em um contexto internacional.

AC: Sim, eu acho que a coisa que estamos fazendo é incluir o Brasil e alguns outros países caribenhos ao espectro Latino-Americano pois é a mesma coisa. Quando você fala com brasileiros ou vive com eles, não existem muitas diferenças entre nossos comportamentos como, por exemplo, pessoas da Venezuela e da Argentina das brasileiras. Quer dizer, é a mesma. A única coisa que muda mais é a língua, mas a identidade é a mesma, temos as mesmas dificuldades, a mesma corrupção, a mesma forma de approach, o mesmo tipo de problema por todo o continente, então compartilhamos uma identidade, a única coisa que não compartilhamos é a língua, então pra mim o Brasil é tão importante como o México, a Argentina, o Chile ou qualquer outro país. Algumas pessoas não procuram entender que o Brasil é um ponto-chave da Cultura Latino-Americana mas eu prefiro acreditar que o Brasil tem uma grande influência não apenas no (()) mas também no Caribe e em todo o som do continente.

LA: Você acha que você morar em Toronto, agora que esta morando fora, ajuda você a divulgar esses ritmos pelo mundo?

AC: Sim, com certeza, principalmente pois não tenho a parcialidade do que a mídia expõe as pessoas, certo? Eu não vejo TV, não leio jornais, o que a maioria das pessoas ia fazer, apenas tenho o que escolho fazer, o que significa a oportunidade de não ter nenhuma (...) Eu realmente não vejo se essa pessoa vem de um bairro rico ou pobre, ou se é famoso ou não era, ou se ficou famoso ou acabou de se tornar famoso, qualquer coisa, pois apenas vejo a música, apenas vejo cultura, um movimento, então não tenho o tendenciamento cultural na situação de quem está aí. Às vezes as pessoas gostam ou não gostam de um artista não apenas por como eles se parecem mas também por onde eles são, quem é a gravadora por trás, se tem vídeos ou não, eu não ligo para isso, apenas tenho uma percepção diferente sobre isso. É sobre música, sobre cultura, se é bom se está dando algo novo para um movimento que já aconteceu ou se as pessoas estão começando um movimento vamos apoiar independente de sua cor, orientação sexual, comportamento cultural que seja, simplesmente apoiamos um movimento de cultura. Sempre tentando estar apenas no lado positivo, certo?

LA: Sim, então, isso é o que eu ia te perguntar. Ainda que não haja discriminação, existe a preferência em trabalhar com pessoas da América Latina ou você não liga para fronteiras e nacionalidades também? Você trabalharia com outros artistas que não são especificamente latinos?

AC: Com certeza, já trabalhamos com várias pessoas, não apenas da América Latina mas de qualquer lugar. A coisa é que depende muito do que estamos lançando em um momento particular, então várias pessoas não necessariamente são latinas, mas são inspiradas pela cultura latina pela cultura

caribenha. (...) Porque elas não são latinas elas trazem algo novo à equação, algo que elas acreditam em suas mentes ou sua visão é que "isso é latino!", e aí isso cria todo um novo caminho, um novo universo para pessoas que não tem as referências. Por exemplo, tinha um cara de Moscou fazendo uma faixa latina muito rápida.. e ela era muito latina. Então com certeza apoiamos isso. Às vezes tem pessoas da Espanha que não são necessariamente latinos mas estão muito conectados à identidade, então ... latinos inter-raciais, como o Munchi ou a Rafael Agondi, ou alguns outros que não necessariamente nasceram na América Latina mas seus pais sim, então continuam uma linhagem na cultura, certo? Existem muitas pessoas que estão na América Latina mas não são Latino-Americanos, como o Chong X, sim? Ele é da República Tcheca, mas viveu tantos anos no Peru que viveu peruano em sua IDENTIDADE, então ele é um dos artistas mais conhecidos de nosso catálogo e é um dos poucos que sempre lançamos e que sempre faz várias coisas latinas mas é da república tcheca.

LA: Desculpa te interrompi . Mas já te interrompendo ... nacionalidade não é importante pois todos podem contribuir com a difusão de uma identidade latina, é isso que você falou?

AC: Sim

LA: Mas por que você considera importante difundir essa ideia de latinidade e da cultura Latino-Americana?

AC: Bem, eu... é ... é algo muito pudico mas tudo tem que ser feito com uma mentalidade colonial, certo? A América Latina é muito enraizada em mentalidade colonial ainda hoje. Gostamos de ver Americanos ou Norte-Americanos fazendo [...], e altamente valorizamos eles por fazerem algo que nós podemos fazer. Então para mim é realmente importante quando vemos as pessoas ,especialmente pessoas jovens fazendo algo absolutamente novo que ainda tenha um enraizamento alto às suas origens, seu passado, sua cultura, e é algo que se não incentivarmos pode simplesmente desaparecer. Hoje tenho a oportunidade de poder realçar isso. Então... por que -- particularmente eu, se eu tenho uma voz, porque não usá-la para mobilizar visibilidade sobre isso em vez de investir em... não sei, qualquer coisa nova que a Miley Cyrus esteja promovendo? Nós temos muitas pessoas que PODEM FAZER, mas não muitas pessoas que podem ILUMINAR no tribal do México, ou que não podem fazer sobre a Chicha do Peru, ou da Cueca do Chile, ou da Argentina ... Em contextos diferentes do que estão inseridos em seus países.

LA: Muito bem. Isso nos leva à última parte da entrevista, que é sobre visibilidade e reverberação de conteúdo. Que eu acho que você faz. Então, apenas para confirmar isso. Eu vi até então na pesquisa que tenho feito que você através da Tropical Bass, do Facebook, Soundcloud, Mad Decent, você se preocupa em reverberar as produções da Latino Resiste. Quais você acha que seriam os maiores benefícios que a Latino Resiste seja publicada?

AC: Bom, o negócio é que temos tido muita sorte em ter ... que eu tenho acesso a não apenas a tropical bass mas às vezes também a MTV, a vice, ou muitos outros meios que ... e isso confere à gravadora um certo aspecto de ... como dizer.. um certo aspecto de respeito de algumas pessoas, pois elas acreditam que nossos lançamentos não são apenas os lançamentos normais mas que é uma gravadora séria, que realmente consegue a atenção de veículos respeitados, sim, ou de canais mais respeitados, então quando fazemos algo e isso é blogado na Mad Decent ou na Vice ou na MTV, não apenas porque eu sou o cara que escreveu, mas também pois os editores viram o conteúdo, é algo que é muito relevante. Eles apoiam e acreditam que estamos trazendo algo novo à mesa, e tudo o que tem na internet, você não sabe como vai funcionar, você lança algo e isso se torna uma sensação viral, e vários tempos você lança algo e não tem nenhuma ressonância at all. Então não estamos tentando nos tornar virais todo o tempo, estamos apenas tentando ver se algo está acontecendo, se há um movimento na América Latina que é muito único e importante para essa população em particular e nós lançamos. E as vezes cresce muito, outras só importa para algumas pessoas pelos contextos sociais da América Latina e por causa do timing do release não vão necessariamente ajudar outras pessoas, por exemplo as pessoas da América do Norte não vão ficar muito felizes em aprender sobre a Champeta, pois pra eles é muito africano, é muito diferente, é tudo em espanhol, é algo que não é necessariamente realmente conectado à eles... mas eles podem estar muito muito muito a fim de ouvir tribal pois existem muitos mexicanos morando nos EUA, jovens mexicanos, mexicanos de segunda geração, que se conectam à esses sons, e então se tornam muito grandes América do Norte, especialmente no Arizona e na Califórnia... mas a Champeta não. De novo, a Champeta pode não necessariamente ser atraente para a audiência latino-americana, mas se torna algo muito valorizado na Alemanha e nos Países Baixos pois eles estão realmente fascinados por ritmos africanos, certo? Então se é algo que é africano e latino ao mesmo tempo, então elas se fascinam... o que não funciona de um lado do globo não necessariamente não vai funcionar no outro lado do globo. E é isso que queremos fazer: criar uma janela. Às vezes a janela abre para ambos os aspectos. Às vezes abre para pessoas só aí. Às vezes as pessoas da América do Sul não sabiam sobre o Tuki, o tuki da Venezuela, só os venezuelanos sabiam sobre. Mas ninguém na Colômbia, ninguém no Chile, ninguém na Argentina, ninguém no Brasil sabia disso. Então abrimos a janela para algo que está acontecendo na Venezuela que é muito forte na Venezuela e abrimos a janela na América do Sul! E nunca aconteceu nada na América do Norte ou na Europa, mas abriu uma janela na América do Sul. Então é isso que tentamos fazer, é tentamos abrir um espaço sobre algo que está acontecendo.

LA: Sim, funciona pra mim, é isso que tem me deixado fascinado pelo seu trabalho ultimamente, que estou conseguindo entrar em contato com tantos novos ritmos que são de nossos vizinhos. Então é simplesmente ótimo, e falando sobre esse trabalho... vamos polemizar. Falando sobre a Tropical Bass, que é sua iniciativa, mas a Mad Decent não e você é um colaborador lá.

Especificamente sobre a Mad Decent e, bem, outros canais que você não tem propriedade, mas focando mais na Mad Decent, parece pra mim que são uma companhia que é rodada por lucro. Você acha que tem benefícios pra eles divulgarem as produções da Latino Resiste?

AC: Bom, o negócio é que a Mad Decent, nesse momento particular, é uma companhia que é muito conhecida na cena da música underground, no entanto nem sempre foi assim, certo? Eu tive a honra de ser um membro deles desde 2010, 2011, antes deles se tornarem a Mad Decent que conhecemos. Naquela época eles apoiavam muito a música underground. Ainda hoje eles fazem isso. Então o que tem acontecido é que apenas o Diplo ficou mais famoso, e Major Lazer se tornou um sucesso internacional. Mas a estrutura, o núcleo, continua o mesmo. Então muitos de nós mantêm a mesma mentalidade de compartilhar música underground, pois é isso que eles fazem! Existem muitas pessoas na Mad Decent além do Diplo, na realidade o Diplo é apenas o rosto, mas, existem muitas pessoas por trás disso. E elas estão a fim de compartilhar a mesma coisa (...) elas não entendem de verdade as cenas latino-americanas, ou africanas, ou árabes como eu entendo, então deixam eu escolher esse conteúdo para eles, mas eles realmente estão cientes do que está acontecendo nas cenas da Coreia do Sul, da América do Norte e Europa, então eles cobrem isso... quer dizer, eles tem DJ Snake da França, CL da Coreia do Sul, e muitos artistas de Baltimore, drum n bass, trap, muitas coisas que até esse momento eram muito novas, não são famosas. Quer dizer, quando lançaram Baauer, Harlem Shake, ninguém conhecia ele. Quando lançaram Flosstradamus, eles não eram famosos. Dillon Francis não era famoso. Muitas pessoas que eles lançam não são famosas quando eles lançam. Então é exatamente igual. A diferença é que porque eles se posicionam à um público diferente eles se tornam mais famosos, pois estão se posicionando para audiências europeias e norte-americanas. Essas audiências geralmente tem dinheiro para apoiar, enquanto o que fazemos é lançar coisas da América Latina, e a maior parte da audiência Latino-Americana não tem nem ao menos um cartão de crédito, então pra gente é muito difícil comprar um lançamento, mesmo se quisermos, é muito difícil comprar algo de alguém que não conhecemos, é muito difícil. Então guardamos dinheiro para artistas que só conhecemos. E esse é um aspecto muito difícil, que a Latino-Resiste vai um lançamento, com um artista não-conhecido, por lucro. E a Mad Decent faz o mesmo, eles lançam gratuitamente, e se fica famoso passam a vender no iTunes. Então não somos tão diferentes de tantos jeitos da Mad Decent assim, a diferença é que eles têm mais estrutura, com certeza eles tem mais dinheiro para investir em... "coisas sociais", social media, awareness, e nós não damos muita bola pra isso. Usamos, mas não é nossa intenção se tornar viral. Nossa maior intenção é ter um legado sobre algo que existia antes e depois - não queremos necessariamente nos tornar famosos ou ricos, o que queremos dizer é que ... quando a Latino Resiste estava no ar ou ao redor, esse é altamente [...] então queremos fazer um antes e um depois a longo prazo.

LA: Então... Caballo ... você acha que a visibilidade que a Mad Decent dá para a Latino Resiste, que é obviamente criada por ... você, uma vez que você é o

colaborador. Isso ajuda a ampliar a visibilidade sobre a cultura latino-americana?

AC: Ah, com certeza, absolutamente. É como... é tipo talvez a segunda ou terceira maior janela que qualquer música underground vai ter, certo? Não existiam muitas coisas tão novas como a Mad Decent, certo? A Mad Decent não é apenas sobre o Diplo, mas sobre vários artistas que não são conhecidos no momento, mas aí se tornam conhecidos pois eles têm um ótimo olho, então o que quero dizer é que lançam Baauer e muitos outros nomes que agora são muito famosos mas no momento não eram, por isso muitas pessoas vão ver coisas que nós lançamos. Por exemplo, no momento, na Mad Decent, nós lançamos Erick Rincon, e então ele consolidou o 3Ball Monterrey e eles ganharam Grammys e muitas coisas. Uma das primeiras pessoas que lançaram Jungle Terror na Mad Decent e agora voce pode ver que está em toda a internet. Mas ao mesmo tempo, tivemos a chance de lançar Zouk Bass, a primeira ou a segunda semana (...) então a Mad Decent tende a ser em um ... em radar de muitas coisas. Então claro que pra lançar algo na Mad Decent vai dar à Latino Resiste uma boa visibilidade, pois árias pessoas ainda acreditam que a Mad Decent é uma ótima página para descobrir música. Muitas pessoas não necessariamente concordam com isso, mas muitas pessoas podem concordar com isso.

LA: Voce acha que existem diferenças que devem ser realçadas entre LR e MD?

AC: Claro. Somos uma gravadora pequena, na maior parte do tempo só colaboramos com artistas da América Latina, ou

39:00 2015 05/11 11:04:15

LA: De novo, só pra fechar. Você pode concluir a ideia?

AC: As maiores diferenças .. são que nós não temos muita ... (..). . de visibilidade, nas cenas como eles tem. Não temos canais oficiais no youtube, qualquer coisa assim. Somos muito underground, lançamos tudo de graça, e cobrimos outras músicas como heavy metal e outras cenas muito undergrounds. Colaboramos com grandes nomes , nomes realmente grandes, na diáspora latina, certo? No movimento. E não necessariamente pedimos dinheiro. Temos a honra em colaborar com diversos artistas maravilhosos e nomes muito conhecidos que não seria necessariamente o que a Mad Decent faria de graça, por exemplo, lançamos coisas com Paleta Records que talvez seja uma das maiores gravadoras da America Latina para musica underground, e nós lançamos de graça, certo? Eu não acho que a Mad Decent teria essa mentalidade de lançar artistas realmente grandes gratuitamente. Eles podem fazer, mas não fariam todo o tempo, e nós fazemos todo o tempo. Então essa é uma das maiores diferenças, que nós estamos mais a fim de lançar coisas de graça e apoiar os movimentos mais do que lucro ou social media likes ou shares etc... eu pessoalmente não acredito que isso seja relevante.

LA: Bom eu vou discordar de você - acho que é importante replicar a visibilidade, e acho que é isso que tenho tentado apreender dessa entrevista, é que você tenta replicar o trabalho das pessoas daqui em uma escala global, certo, e isso coloca a visibilidade que você ajuda a conferir a Latino Resiste, e as produções que estão embaixo desse guarda-chuva baseado nesse tipo de parcerias que você teve entre você mesmo, os produtores que são lançados abaixo da latino resiste, e aquele que tem controle ou pelo menos acesso a uma base de clientes maiores ou, mais pessoas, entende, para expandir os sons que são daqui para outras pessoas através desses canais de visibilidade que não precisam necessariamente ser seus mas que você continua abrindo a medida que faz o seu trabalho. [...]

AC: Nunca penso em mim como um personagem que precisa, eu simplesmente gosto de fazer música e gosto de colaborar, tenho uma fascinação com a cultura, com a cultura de toda a América Latina. Eu gosto de tudo, gosto de música do gosto barulho gosto de música bacana, então porra é somos o segundo continente realmente mais grande do mundo né, mas tem muita gente muita galera muita coisa bonita para fazer, tornar(?) pra gente poder assistir as coisas que está passando porque não vai utilizar essa oportunidade que tenho do blog do cara diplo para fazer minhas coisas né? Então eu gosto do conteúdo também, os editores do blog dele acham que é legal que tem tudo, a mesma coisa que eles gostam de fazer com caras da América do Norte mas nós fazemos com gente com galera do South America, a mesma coisa, porra, como fala .. isso é Bahia Bass, é muito melhor que o trap do América, é legal tem mil características (...) tem para todos para magras para todos. mas tem conteúdo maior pois tem o folclore, tem muito do folclore da Bahia, tem coisas do Recife da Bahia, do Manguebeat, tem muita coisa bacana.