

## **A produção do “aovivismo”:**

**música, tecnologia e performance midiaticizada em tempos de isolamento social**

## **The production of “liveliness”:**

**music, technology and mediatized performance in times of social isolation**

***Victor de Almeida Nobre Pires***

*Professor da Universidade Federal de Alagoas e Doutor em Comunicação pelo Programa de Pós-Graduação da Universidade Federal de Pernambuco.*

*UFAL, Programa de Pós-graduação em Ciência da Informação, Delmiro Gouveia (AL), Brasil.*

### **Introdução**

Desde o final de 2019, testemunhamos o avanço exponencial de contágio do novo coronavírus ao redor do mundo. O epicentro inicial da doença foi a cidade de Wuhan, na China, que contabilizou entre dezembro e o fim de fevereiro, segundo números oficiais, mais de 50 mil enfermos e dois mil mortos.

Para conter os avanços do vírus para outras regiões do país, o governo, seguindo recomendações de especialistas na área de saúde, decidiu tomar medidas de fechar a cidade de 13 milhões de habitantes e estabelecer o regime de quarentena, recomendando as pessoas a ficarem em suas casas e praticarem o distanciamento social, além de medidas extras de higiene pessoal.

<https://doi.org/10.46391/ALCEU.v21.ed44.2021.246>

ALCEU (Rio de Janeiro, online), V. 21, Nº 44, p.152-171, mai./ago. 2021

Enquanto o mundo assistia ao processo de isolamento da cidade chinesa, ainda em janeiro de 2020, novos casos da doença começaram a ser diagnosticados internacionalmente: países como Tailândia, Itália, Estados Unidos, Reino Unido, França, Canadá, por exemplo, tiveram seus primeiros casos confirmados.

Frente a esse processo de rápida propagação, com casos confirmados em mais de 200 países, a Organização Mundial de Saúde (OMS) declarou, em 11 de março<sup>1</sup>, o surto de uma pandemia de Covid-19, doença causada pelo novo vírus. O termo pandemia faz referência à comprovada disseminação sustentada internacionalmente. Isso significava que o vírus já não era mais uma preocupação exclusiva do governo chinês, mas se tornava uma crise sanitária mundial.

Frente a essa realidade, a OMS divulgou uma série de recomendações para prevenir o contágio em massa: dentre essas medidas se encontravam o cuidado maior com higiene pessoal, sobretudo lavar as mãos periodicamente, o isolamento de pessoas com sintomas ou diagnóstico de COVID-19 e, talvez a que tem gerado mais impacto social, a necessidade de se evitarem aglomerações<sup>2</sup>. Sendo assim, vários países ao redor do mundo têm adotado um regime de quarentena, em que as pessoas têm sido encorajadas a ficar em casa e evitar saídas desnecessárias, inclusive fechando temporariamente escolas, universidades, academias, shoppings, bares, restaurantes, dentre outros estabelecimentos comerciais.

A medida, inclusive, atingiu em cheio o mercado de produção de eventos em diversos segmentos, sobretudo o cultural. Sessões de cinema, exposições em museus, peças de teatro, shows e festivais de música, ou seja, eventos que têm como ponto em comum a necessidade de criar aglomerações de pessoas para serem rentáveis tiveram que ser adiados para o segundo semestre, mesmo sem garantia de realização, ou mesmo cancelados.

Falando especificamente do campo da música, grandes eventos como Coachella (EUA), South By Southwest (EUA), Glastonbury (ING), Lollapalooza (BR, ARG e CHI), além de eventos independentes de menor porte, foram afetados, praticamente limpando a agenda de shows e eventos musicais no Brasil e no mundo no primeiro semestre devido à nova pandemia.

---

<sup>1</sup> Ver: < <https://g1.globo.com/bemestar/coronavirus/noticia/2020/03/11/oms-declara-pandemia-de-coronavirus.ghtml> >. Acesso em: 27 de março de 2020.

<sup>2</sup> Ver: < <https://www.saude.gov.br/noticias/agencia-saude/46540-saude-anuncia-orientacoes-para-evitar-a-disseminacao-do-coronavirus> >. Acesso em: 27 de março de 2020.

Um dos primeiros setores da economia a parar, devido ao avanço do novo coronavírus no Brasil, foi o de shows e eventos musicais. “Antes mesmo de chegar aqui, já estávamos sentindo o impacto dela”, diz Rafael Farah, sócio da produtora e selo independente paulistana, Balaclava. “Tínhamos negociações travadas com artistas que estavam vivendo isso em outras partes do mundo. (...)”

O cenário, na opinião unânime do setor, é a maior crise da história do mercado de música ao vivo. Lá fora, festivais imensos como o Coachella e o Glastonbury foram adiados. No Brasil, ela afeta tanto gigantes como a T4F, que teve seu Lollapalooza adiado para dezembro, quanto casas com agenda cheia e produtores independentes. (BRÊDA, 2020, online)

Para se ter uma noção, segundo números do Sistema de Informações e Indicadores Culturais (SIIC), apenas no ano de 2018, o segmento cultural movimentou R\$ 226 bilhões. É de imaginar que um semestre de inatividade pode causar danos econômicos importantes para um mercado em que os artistas são apenas a ponta do iceberg, e que envolve toda uma cadeia produtiva, formada por técnicos, produtores e trabalhadores correlatos. Essa cadeia já vinha apresentando, antes da crise, uma queda no número de empregados de carteira assinada (45% para 34,6%) e um aumento de trabalhadores autônomos (de 32,5% para 44%)<sup>3</sup>.

Segundo pesquisa realizada junto a produtores de todo Brasil pelo DataSIM, da Semana Internacional da Música (SIM), contabilizou-se que os prejuízos com os adiamentos e cancelamentos devido à pandemia de COVID-19 já ultrapassam os R\$ 483 milhões<sup>4</sup>. Esses adiamentos e cancelamentos são ainda mais relevantes se analisarmos a importância que o segmento da música ao vivo representa dentro do faturamento de grandes e pequenos artistas, por exemplo. Micael Herschmann (2010) aponta que esse modelo de negócio, baseados nas turnês e performances ao vivo, foi fundamental na reestruturação do business musical no início dos anos 2000, suplantando as estratégias que apostavam unicamente na venda de discos e produtos editoriais em suportes físicos.

Nesse contexto de transformação do produto editorial, fonograma e mídias físicas, um dos segmentos que transformou bastante as estratégias produtivas durante esse período de reconfiguração foi o da música ao vivo. Foi possível perceber como a indústria da música de maneira geral passou a operar não em cima apenas de produtos editoriais, mas também trazendo o planejamento de turnês, shows e concertos para um patamar tão ou mais importante que o produto editorial em si. (...)

<sup>3</sup> Ver: < <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/26235-siic-2007-2018-setor-cultural-ocupa-5-2-milhoes-de-pessoas-em-2018-tendo-movimentado-r-226-bilhoes-no-ano-anterior> >. Acesso em: 27 de março de 2020.

<sup>4</sup> Ver: < <https://datasim.info/wp-content/uploads/2020/04/Pesquisa-DATA-SIM-Covid-19-Brasil.pdf> >. Acesso em 06 de abril de 2020.

Se antes os artistas faziam “turnês para divulgar os álbuns”, começamos a perceber como a lógica de “fazer discos para divulgar shows” aparece com força, a partir de então. Basta ver a necessidade que bandas e artistas de grande porte têm de estar sempre em turnê para manter o alto padrão de faturamento. (PIRES, 2019, p. 28-29)

Com a impossibilidade da realização de shows e a mobilização do mercado ao vivo devido à quarentena instaurada para contenção do novo coronavírus, várias iniciativas têm ganhado espaço na Internet para tentar aquecer o segmento da música, sobretudo nos seus nichos independentes de bandas com menores projeções de público. Por exemplo, fãs têm se mobilizado para comprar produtos de merchandising ou ouvir bandas em serviços de streaming desde que elas que tiveram turnês canceladas ou adiadas; além de empresas, como a plataforma Bandcamp, que abriu mão do seu percentual de vendas de fonogramas e álbuns digitais, repassando toda a verba para as bandas, artistas e gravadoras<sup>5</sup>.

Mas um dos fenômenos que tem ganhado força na Internet durante a quarentena, e que será a temática do presente artigo, é a tendência a que vários artistas têm aderido para realização de shows virtuais por meio das redes sociais como modo de substituir os shows cancelados ou entreter as pessoas em isolamento social. Grande parte desses eventos foram inspirados pelo festival português Eu Fico Em Casa, evento pioneiro que reuniu artistas portugueses em uma programação disponibilizada gratuitamente por meio do Instagram, além de produções de artistas do *mainstream* musical como Coldplay, Pink, John Legend, além dos brasileiros Gustavo Lima, Jorge e Mateus, Léo Santana, entre outros<sup>6</sup>. No Brasil, por exemplo, diversas produtoras, selos independentes e até empresas têm organizado eventos com a mesma proposta. Casos como Festival Fico Em Casa BR (versão brasileira do evento português de mesmo nome, promovida por um coletivo de produtores culturais brasileiros) e o Festival #tamojunto (produzido pelo grupo Globo) são exemplos de como a iniciativa tem ganhado aderência no Brasil em pouco menos de uma semana.

Assim, artistas, produtores e até gestores públicos têm visto na iniciativa uma possibilidade de divulgação de trabalhos, aproximação com o público durante uma crise humanitária sem precedentes, mas também de remuneração. É possível ver como alguns produtores têm testado modelos para a monetização

<sup>5</sup> Ver: < <http://www.tenhomaisdiscosqueamigos.com/2020/03/23/musicos-20-milhoes-bandcamp/> >. Acesso em: 27 de março de 2020.

<sup>6</sup> Ver: < <https://www.usatoday.com/story/entertainment/music/2020/03/17/coronavirus-john-legend-coldplay-play-virtual-concerts-instagram/5066024002/> >. Acesso em: 27 de março de 2020.

dos shows virtuais<sup>7</sup>, assim como diversas secretarias de cultura, de estados como Alagoas e Maranhão, por exemplo, têm anunciado alternativas de interferência do setor público no segmento, propondo a realização de editais para apresentações de artistas remunerados pelo governo e disponíveis para a população por meio das redes sociais<sup>8</sup>.

Frente a essa realidade da quarentena preventiva, da impossibilidade de aglomerações, adiamentos e cancelamentos de shows, percebemos como os shows em ambiente virtuais e realizados por meio das plataformas e redes sociais ganham ainda mais importância. Muito mais do que pensar nas questões mercadológicas e na crise econômica desencadeada pela maior crise sanitária da história recente, nos interessa pensar os aspectos midiáticos e comunicacionais dos shows ao vivo. O presente artigo tem como objetivo pensar a mediação da performance musical por meio do seu registro e documentação, não apenas como uma dimensão de oposição à performance incorporada, mas como complementar, criando temporalidades complexas e novas perspectivas mercadológicas. Ou seja, nos interessa pensar como a dimensão midiática da música constrói ou transforma a ideia de “ao vivo”.

Para tanto, partimos de uma perspectiva metodológica que, influenciada por preceitos da Teoria do Ator-Rede (TAR), reconhece as formações e materialidades da música a partir das práticas de mediações não hierarquizadas entre atores humanos e dispositivos tecnológicos. Assumindo assim, como aponta Giorgina Born (2005), que a música é um objeto amplamente mediado e fruto de mediações das mais distintas. Outro ponto é que, para construir esses fenômenos, inicialmente partimos de uma pesquisa midiática, para saber como o discurso jornalístico retrata esses fenômenos, e de um acompanhamento desses festivais e apresentações ao vivo – aqui, casos como as lives do músico Ben Gibbard, da banda Death Cab For Cutie e dos sertanejos Gustavo Lima, Jorge e Mateus – para identificar questões interessantes dentro desse universo. Um outro ponto que se faz necessário é uma pesquisa bibliográfica sobre performance midiática e documentação da performance que possa fornecer bases para a interpretação dessas imbricadas relações mediadas entre a música, seu segmento ao vivo e sua apropriação tecnológica.

---

<sup>7</sup> Ver: < <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2020/03/musicos-tentam-superar-crise-economica-do-coronavirus-com-shows-online-pagos.shtml> >. Acesso em: 27 de março de 2020.

<sup>8</sup> Ver: < <https://revistaforum.com.br/coronavirus/flavio-dino-anuncia-edital-para-shows-de-artistas-pela-internet-durante-crise-do-coronavirus/> >. Acesso em: 27 de março de 2020.

## 1. Do isolamento à aglomeração midiática: a produção de shows ao vivo

O músico Ben Gibbard, vocalista da banda norte-americana Death Cab For Cutie, anunciou em suas redes sociais, no dia 17 de março de 2020, que iniciaria no dia seguinte uma série de shows diários, intitulada “Live From Home”, transmitidos ao vivo pela Internet diretamente de seu estúdio caseiro em Seattle.

O jornal The Ringer apontou que a iniciativa de Gibbard foi uma das primeiras entre personalidades do *mainstream* norte-americano, ao iniciar essas práticas de concertos solitários por meio das redes sociais para levantar dinheiro para instituições de caridade. Isso, dentre outras coisas, se deve ao fato de Seattle ter sido uma das primeiras cidades dos Estados Unidos a declarar o fechamento de serviços não essenciais e recomendar aos cidadãos fiquem em casa e pratiquem o distanciamento social. A iniciativa de Gibbard aparecia como uma resposta ao decreto do governador Jay Inslee que decretou o banimento de eventos com aglomerações com mais de 250 pessoas e o fechamento de escolas e universidades dos três distritos da área de Seattle como uma medida preventiva de combate à proliferação do novo coronavírus<sup>9</sup>.

O Estado de Washington, que promulgou algumas das políticas de contenção mais cedo e mais rigorosas do país, continuou vendo seu número de mortos subir: o estado registrou 23 mortes na sexta-feira, a maioria em um único dia desde o início do surto; 16 estavam em King County, que inclui Seattle. Ao todo, o Estado de Washington teve 4.319 casos confirmados de coronavírus até domingo. (...)

Com tantos estados agora em crise, os sinais de sucesso provisório na área de Seattle oferecem uma lição para outras cidades e regiões que estão apenas começando a ver o início do coronavírus: ações precoces e agressivas para conter a disseminação podem ajudar a diminuir a trajetória de um vírus que poderia sobrecarregar os sistemas de saúde. (BAKER, 2020, traduzido pelo autor, online)

A estrutura da apresentação aparentava relativa simplicidade, uma única câmera estática e um microfone fixo que fazia a captação do violão e do piano, alternados durante a performance musical. Diariamente às 16h, horário de Seattle, a transmissão ao vivo ocorria por meio do Youtube, dentro do canal da banda. O músico tocava em frente ao computador, onde acompanha perguntas dos fãs e interações nas redes sociais.

---

<sup>9</sup> Ver: < <https://www.nytimes.com/2020/03/29/us/seattle-washington-state-coronavirus-transmission-rate.html> >. Acesso em: 06 de abril de 2020.

FIGURA 01 – Ben Gibbard “Live From Home”



Fonte: Print Screen da Live de Ben Gibbard no Youtube, 2020<sup>10</sup>

No repertório dos shows diários, Gibbard apresentou uma série de músicas de sucesso do Death Cab For Cutie e Postal Service (projeto paralelo de Gibbard no início dos anos 2000), além de músicas menos conhecidas de sua carreira solo e uma seleção de covers feita pelos fãs por meio das redes sociais. Além do lançamento de uma nova canção, “Life In Quarantine”. Segundo números coletados pela Rolling Stone norte-americana, o primeiro show teve uma audiência média de 200 mil espectadores<sup>11</sup>. A série de shows diários continuou até o dia 30 de março, quando o músico anunciou que produziria, a partir de então, apresentações semanais às quintas-feiras enquanto o período da quarentena continuar e o isolamento social ainda for umas das principais recomendações dos órgãos de saúde<sup>12</sup>.

No Brasil, a confirmação do primeiro caso de COVID-19 veio no dia 4 de março<sup>13</sup>. A partir desse dia, percebemos como os governos federal, estaduais e municipais têm adotado diferentes estratégias de contenção. As medidas aqui começaram a impor algumas restrições a partir do meio de março. Por exemplo, o governo do estado de Alagoas impôs medidas de fechamento do comércio e serviços não essenciais, bem como a proibição da realização de eventos que gerem aglomerações a partir dia 16 de março, enquanto o Estado de São Paulo o fez no dia 24 de março.

<sup>10</sup> Ver: < <https://www.youtube.com/watch?v=2TiCThAAcNM> >. Acesso em: 21 de julho de 2020.

<sup>11</sup> Ver: < <https://www.rollingstone.com/music/music-features/ben-gibbard-coronavirus-livestreams-976029/> >. Acesso em: 06 de abril de 2020.

<sup>12</sup> Ver: < <https://www.theringer.com/music/2020/4/1/21202444/ben-gibbard-livestream-life-in-quarantine-live-from-home> >. Acesso em: 06 de abril de 2020.

<sup>13</sup> Ver: < <https://saude.abril.com.br/medicina/coronavirus-primeiro-caso-brasil/> >. Acesso em: 06 de abril de 2020.

Com o confinamento e o isolamento social recomendados, começaram a surgir várias iniciativas de festivais, influenciadas pelo festival português Fico Em Casa<sup>14</sup>, evento pioneiro que, em sua primeira edição, entre os dias 17 e 22 de março, apresentou 78 artistas lusitanos de diversos gêneros, em shows curtos entre 20 a 30 minutos, por meio da ferramenta de transmissão ao vivo do Instagram. A versão brasileira reuniu o mesmo número de artistas entre os dias 24 e 27 de março, oferecendo mais de 40 horas de programação gratuita. A escalação mesclava nomes de grande expressão midiática, como Daniella Mercury, Maria Gadu e Adriana Calcanhoto, com nomes estabelecidos do cenário independente nacional, como Emicida, Boogarins e Rael, bem como nomes de menor expressão midiática.

A prática, que não é nenhuma novidade no setor, tem sido cada vez mais usada por diversos nomes da música brasileira, nos mais diferentes segmentos e mercados. Inclusive, duas apresentações recentes têm repercutido bastante nos últimos tempos. Os shows dos sertanejos Gustavo Lima e da dupla Jorge e Mateus têm tensionado os limites da produção musical ao vivo em tempos de pandemia. Ambas as apresentações chamaram a atenção não apenas pela estrutura levantada e pelas audiências mobilizadas, mas também pela quantidade de profissionais contratada para a gravação, produção e transmissão das performances.

A live de Gustavo Lima, intitulada “Buteco em Casa” e realizada, pela primeira vez, no dia 28 de março, inaugurou um modelo de apresentação no Brasil. Com estrutura que destoava da “simplicidade” na captação de som e imagem de ícones do pop mundial, a apresentação do sertanejo se destacava em decoração, iluminação, figurino, captação de som, playback musical da banda e até em propaganda de marcas de cerveja e bebida alcoólica, uma alternativa utilizada pelo músico como forma de rentabilizar em cima da apresentação que disponibilizava gratuitamente. As contribuições financeiras obtidas ao longo da transmissão eram destinadas à caridade. Por sua vez, a live de Jorge e Mateus, intitulada “Na Garagem”, seguia padrões de montagem semelhantes e teve até aparição do ministro da saúde Luiz Henrique Mandetta. Estrutura de palco, som, iluminação, figurino, banda e até garçom<sup>15</sup>.

---

<sup>14</sup> Ver: < <https://www.b9.com.br/123287/festival-fico-em-casa-br-mais-de-70-artistas-montam-programacao-com-40-horas-de-shows-online/> >. Acesso em: 06 de abril de 2020.

<sup>15</sup> Ver: < <https://g1.globo.com/pop-arte/musica/noticia/2020/04/06/lives-de-sertanejos-alegram-a-quarentena-mas-fogem-da-receita-do-pop-mundial-em-isolamento.ghtml> >. Acesso em: 06 de abril de 2020.

Na live de Gustavo Lima, havia câmeras, garçom servindo cerveja e churrasco, violonista e uma equipe de vídeo que ocupava um escritório improvisado atrás da sala. Só entre as que apareciam ao fundo em algumas cenas, eram cerca de dez pessoas - umas de máscara, outras não. A live de Jorge e Mateus tinha, além do garçom, quatro músicos de apoio, mais de uma câmera e ainda pessoal técnico para a gravação. Jorge disse ao vivo que a equipe era a mínima necessária e que estavam todos de máscara - segundos depois de um roadie aparecer sem máscara. (ORTEGA, 2020, online)

Além da estrutura para realização as apresentações, que acabou geralmente em uma série de discussões nas redes sociais sobre as aglomerações de pessoas trabalhando<sup>16</sup>, os números de audiência também são expressivos. A apresentação de Gustavo Lima contabilizou pico de cerca de 720 mil espectadores simultâneos, segundo assessoria, enquanto a dupla sertaneja Jorge e Mateus atingiu 1,7 milhão com cerca de 10 minutos de apresentação e, ao longo das 4h30 de show, alcançou pico de 3,2 milhões<sup>17</sup>, batendo o recorde de maior audiência em uma transmissão musical ao vivo via YouTube, que pertencia à cantora norte-americana Beyoncé em sua apresentação no festival Coachella em 2018, que, segundo números da Billboard dos Estados Unidos, atingiu um pico de 458 mil espectadores simultâneos<sup>18</sup>. Até o momento do fechamento do presente artigo, a live da cantora, também sertaneja, Marília Mendonça do dia 8 de abril assumiu o posto de live com o maior número de espectadores simultâneos, com uma audiência com 3,31 milhões<sup>19</sup>.

FIGURA 02 – Live Marília Mendonça



<sup>16</sup> Ver: < <https://g1.globo.com/pop-arte/musica/noticia/2020/04/05/jorge-e-mateus-fazem-live-com-mais-de-4-horas-de-duracao-foto-com-aglomeracao-nos-bastidores-chama-a-atencao.ghtml> >. Acesso em: 06 de abril de 2020.

<sup>17</sup> Ver: < <https://rollingstone.uol.com.br/noticia/live-de-jorge-e-mateus-no-youtube-quebra-recorde-de-beyonce-e-gusttavo-lima-em-10-minutos/> >. Acesso em: 06 de abril de 2020.

<sup>18</sup> Ver: < <https://www.billboard.com/articles/news/festivals/8343854/beyonce-coachella-set-most-viewed-youtube-performance-live-stream> >. Acesso em: 06 de abril de 2020.

<sup>19</sup> Ver: < <https://gauchazh.clicrbs.com.br/cultura-e-lazer/musica/noticia/2020/05/cantores-sertanejos-dominam-ranking-das-10-lives-com-maior-audiencia-no-mundo-ckai7es59003d015nq1kvsfct.html> >. Acesso em: 21 de julho de 2020.

**Fonte:** Print Screen da Live Marília Mendonça no Youtube, 2020<sup>20</sup>

Ainda sobre esses dados, é interessante pontuar também o protagonismo que as produções nacionais assumem dentro desse cenário. Segundo dados divulgados pelo Youtube, dentre as 10 lives mais assistidas no período, apenas duas não foram produzidas no Brasil: o show de Andrea Bocelli do dia 12 de abril, que aparece em terceiro lugar, com uma audiência de 2,86 milhões, e a apresentação do BTS no dia 18 de abril, figurando em sétimo lugar com 2,31 milhões de espectadores. Outro dado que vale a pena mencionar é que, dentre as dez produções de maior audiência, oito aconteceram ainda no mês de abril, ainda no contexto do começo da quarentena e do isolamento social.

O que me parece emergir aqui, muito além das diferenças entre as performances musicais de diversos artistas por meio das redes sociais, é como a música ao vivo aparece como um importante mediador neste momento histórico. Os números expressivos revelam não apenas como a música ao vivo continua sendo um importante produto para a indústria do entretenimento, mas também como ela continua em alta demanda, mesmo em um cenário de reclusão social e proibição de aglomerações. Não sendo uma realidade apenas para os artistas de menor porte, mas, principalmente, para os artistas de maior projeção midiática.

Por exemplo, o festival Coachella, um dos pioneiros na transmissão de eventos musicais ao vivo, inclusive já divulgou uma pesquisa, realizada em 2019, segundo a qual a transmissão do evento ao vivo aumenta consideravelmente as vendas de ingresso. Segundo dados divulgados pela produção<sup>21</sup>, 67% da audiência dos shows pela Internet provavelmente estariam dispostos a comprar ingressos para um concerto semelhante ao transmitido. Ainda segundo esses dados, para o caso de festivais, cerca de 30% da audiência do streaming compra ingressos para a edição do ano seguinte.

Nesse momento, parece oportuno não apenas repensar a dimensão da performance musical midiaticizada, mas como, nestes tempos de pandemia, quando as relações pessoais são cerceadas, a performance midiática se coloca como alternativa aos shows presenciais, revelando uma série de fenômenos sociotécnicos interessantes mediados pela música, como interações entre público e artista,

---

<sup>20</sup> Ver: < <https://www.youtube.com/watch?v=s-aScZtOfbM> >. Acesso em: 21 de julho de 2020.

<sup>21</sup> Ver: < <https://www.dreamcast.in/blog/the-future-of-live-streaming-for-music-events/> >. Acesso em: 10 de abril de 2020.

experiência musical compartilhada e mediada pelas redes sociais e os compartilhamentos de conteúdos musicais na Internet.

Para o pesquisador Alexandro Mota, mestre em Comunicação e Cultura Contemporâneas pela Universidade Federal da Bahia (Ufba), não dá nem mesmo para comparar ao que se fazia antes do isolamento devido ao grande número de perfis que investiram no modelo sem nunca ter feito. “A grande distinção das lives nesse momento de quarentena é que temos mais pessoas dispostas e com tempo para assistir, mas não apenas assistir. Querem interagir, comentar, fazer perguntas, enviar para os amigos. Tudo isso cria um ambiente favorável para uma live de sucesso e para uma produção que explora ao máximo as potências dessa tecnologia, que é justamente essa promessa de socializar em tempo real”, diz Alexandro (...). (BORGES, 2020, online)

O dado novo neste cenário discutido no presente artigo é como este cenário de pandemia e isolamento social escancarou a importância da mediação tecnológica da performance musical e como esses produtos têm emulado temporalidades complexas, novas conformações de plateias virtuais, novas estratégias do marketing musical e de interatividade artista-fã, conciliadas a um crescimento significativo do consumo remoto, principalmente por meio do streaming de conteúdos de entretenimento online.

Segundo números de pesquisa realizada após o início do isolamento social, a plataforma Deezer percebeu algumas mudanças significativas no padrão de uso de seus assinantes. Por exemplo, houve uma redução significativa no uso da plataforma por meio de dispositivos móveis e um aumento considerável do consumo em aparelhos domésticos como smart TVs (crescimento mundial de 60% e, no Brasil, 102%), consoles de videogames (aumento mundial de 59% e, no Brasil, 60%), tablets (incremento igual de 20% no Brasil e resto do mundo) e computadores desktop (10% no Brasil e 15% no resto do mundo)<sup>22</sup>. Esse aumento de consumo não se reflete apenas no Deezer: plataformas de streaming mundiais como Netflix, Youtube, Amazon Prime e HBOGo também registraram aumentos notáveis, o que, inclusive, tem feito parte das empresas diminuir a qualidade de suas transmissões para dar conta do consumo crescente<sup>23</sup>.

Questões como essas nos fazem repensar os limites das construções da performance musical ao vivo como um fenômeno não apenas em oposição à performance midiaticizada, mas como ambas as dimensões são importantes mediadoras da experiência musical. Será possível perceber que, por mais que se apresentem como formas diferentes de consumo musical, por vezes perceptíveis no discurso de

<sup>22</sup> Ver: < <http://www.deezer-blog.com/press/deezer-revela-dados-e-mudanca-de-comportamento-de-consumo-de-audio-durante-o-periodo-de-isolamento-devido-ao-coronavirus/> >. Acesso em 10 de abril de 2020.

<sup>23</sup> Ver: < <https://www.theverge.com/2020/3/27/21195358/streaming-netflix-disney-hbo-now-youtube-twitch-amazon-prime-video-coronavirus-broadband-network> >. Acesso em 10 de abril de 2020.

construção de valor por parte de fãs, músicos e críticos culturais, ambos os formatos exemplificam como também compartilham questões comuns, como a música – também em seu segmento ao vivo – é um objeto amplamente mediado e como cada vez mais é perceptível que existe uma indissociabilidade entre performance musical ao vivo e aparatos tecnológicos nas construções dos concertos contemporâneos.

## **2. Performance ao vivo x performance midiaticizada: o “aovivismo” e temporalidades complexas**

Há algum tempo tenho tentado me dedicar ao estudo dos contornos midiáticos da performance musical ao vivo. Seja tentando entender a correlação entre shows intimistas ao vivo, seu registro em vídeo e compartilhamento dos vídeos em plataformas e redes sociais como parte da construção da música ao vivo que circula na rede Sofar Sounds (PIRES, 2017), os julgamentos de valor dentro da música pop sobre o uso dos telefones celulares e dispositivos tecnológicos para o registro da performance musical e como isso articulava diferentes noções de consumo atento ou distraído (PIRES, 2018), bem como a impossibilidade de se conceber a música ao vivo contemporânea em contraponto à mediação tecnológica (PIRES, 2019).

Parto em acordo com Piekut, que diz que “seja lá o que a música possa ser, ela certamente conta com muitas coisas que não são música” (2014, p. 2, traduzido pelo autor), e com Born (2005), que chama atenção para o caráter de objeto distribuído da música e como ela é fruto de múltiplas mediações, para conceber uma questão que me tem parecido clara: como as fronteiras que separam a performance musical e sua mediação tecnológica são cada vez mais fluídas. O aparato midiático está dissolvido no modo como concebemos a música de maneira ampla, sendo seu segmento ao vivo uma parte desse universo.

Essa afirmação de Piekut reverbera no princípio da ontologia plana, proposto por Bruno Latour na Teoria do Ator-Rede (TAR). Seguindo esse princípio, ao analisar os processos e fenômenos inscritos nas redes, o pesquisador deve não apenas construir a rede a partir dos rastros dos atores humanos (ou seja, indivíduos, fãs de música, jornalistas, produtores culturais, músicos, dentre outros) mas também dos não humanos (tecnologias, dispositivos móveis, aplicativos, por exemplo). Aqui, parto do princípio da igualdade entre indivíduos e aparatos técnicos para construção dos fenômenos aqui analisados.

Sendo assim, para pensar o caráter midiático da performance musical, cabe aqui partir do pressuposto, defendido por autores como Zumthor (2018) e Frith (1996), que a performance pode ser definida como um processo social ou comunicativo, profundamente dependente do seu processo de recepção ou

interpretação. Ou seja, o ato performático põe em jogo uma articulação entre nossas competências comunicacionais e interpretativas.

Primeiro, o termo “performance” define um processo social – ou comunicativo. Ele requer uma audiência e é dependente, nesse sentido, da interpretação; é tudo sobre significado. Para colocar de outro modo, arte performática é uma forma de retórica, uma retórica de gestos nos quais, em geral, movimentos corporais e sinais (incluindo o uso da voz) dominam outras formas de sinais comunicativos, como a linguagem e a iconografia. E esse uso do corpo (que é obviamente central no que chamamos aqui de arte performática) depende da habilidade da audiência em entender tanto como objeto (...) quanto como sujeito com vontade ou modelado um objeto com significado. (FRITH, 1996, p. 205, traduzido pelo autor)

Entendendo performance como um processo comunicacional, também interessa aqui refletir sobre a noção, além das discussões sobre “simulação” ou “performance artística”, em acordo com Diana Taylor (2013), como um modo de intervir no mundo, uma realização ou ato de transferência. Uma outra questão que vale chamar atenção é como a noção de performance que estamos pensando aqui, enquanto ato comunicacional, precisa englobar também atores que não são entendidos propriamente como “performers”, agentes que ficam à margem do ato performático, como o público, e suas capacidades de “intervenção”.

A crença de antropólogos como Geertz de que “fazer etnografia é como procurar ler (...) um manuscrito – estrangeiro, descolorido, cheio de elipses” e de que a cultura é um “documento performatizado” vai contra os princípios dos estudos da performance, que insistem na participação ativas de todos. Estamos todos presentes nesse quadro, somos todos atores sociais em nossos dramas sobrepostos, limítrofes, litigiosos. Até mesmo o distanciamento de Brecht se apoia na ideia de que os espectadores estão fortemente ligados aos acontecimentos no palco, não por meio da identificação, mas da participação, e de que eles são frequentemente chamados a intervir e mudar o curso da ação. (TAYLOR, 2013, p. 40)

Considerar o entorno do ato performático é fundamental para se conceber o processo como um todo. Sem a audiência, a performance, como a música ao vivo, perde grande parte de seu significado. A existência e agência de um público são partes que Frith, Zumthor e Taylor consideram fundamentais para a existência do fenômeno em si. Godlovitch (1993), por sua vez, em seu trabalho sobre música clássica, descreve as “condições de integridade” que precisam existir antes da performance e constituem o que ele nomeia de “continuidade do ritual” e que, de fato, fazem parte do ato performático desse gênero musical. Para ele, a “calma continuada do público” durante a apresentação, por exemplo, é um dos pré-requisitos para o acontecimento e continuidade da performance de música clássica.

Taylor também vai sugerir que um dos problemas em se discutir performance está na amplitude do termo, que pode tanto se referir a uma dança como também a uma performance mediada pela tecnologia,

mas ainda alerta que essas múltiplas camadas do termo indicam as conexões pertinentes entre esses sistemas e suas relações produtivas. Ou seja, não se trata de abordar as diferenças estanques entre a performance ao vivo e a performance midiaticizada, mas como existem sobreposições entre as práticas incorporadas e midiáticas.

Parte fundamental de compreender esse processo midiático dentro da performance, sobretudo musical, é como a participação e mediação das tecnologias transformam nossa percepção. Walter Benjamin (1987) afirma que o nosso senso de percepção não é determinado apenas por questões naturais e biológicas, mas, sobretudo, pelas circunstâncias históricas. Ou seja, a maneira como percebemos o mundo é passível de mudança, visto o surgimento de novas tecnologias e mediações. O campo da música e da performance musical ao vivo não seria exceção.

Isso pode ser justificado se começarmos a prestar atenção tanto nas transformações que a incursão das formas midiaticizadas causaram nas práticas produtivas da música ao vivo quanto na questão do uso dos aparelhos celulares em concertos ao vivo. (...) Desde mudanças estruturais, como a disposição de telões e grandes sistemas de som em shows à transformações na forma como entendemos o concerto ao vivo, ou pela “naturalização” da sonorização processada (por exemplo, como acreditamos que a voz que ouvimos em um show seja a voz “natural” do cantor, muito embora sejam processados efeitos, como equalização e *reverb*<sup>24</sup>). Como também, poderíamos inferir mudanças culturais como nos casos de pessoas que acabam “assistindo” o show através dos telões disponíveis nos eventos ou das suas próprias telas de celular como práticas costumeiras durante o consumo da música ao vivo. (PIRES, 2018, p. 164-165)

O que venho tentando construir até aqui é como o estudo comunicacional da performance musical precisa ser atrelado ao estudo de seus processos de midiaticização, bem como de suas materialidades e novas formas de uso. Ou seja, de como os processos de mediação presentes nos concertos e nos seus registros alteram nossa forma de nos relacionar com a música e consumir concertos ao vivo.

Auslander (2018) vai propor uma releitura do conceito de reativação, proposto por Benjamin em “A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica”, como uma forma de entender o consumo das performances em suportes midiáticos por parte do público. A proposição está em que as formas de midiaticização das artes não sejam ou substituam o objeto original em si, mas de certa maneira o tragam para o contexto do receptor em seu contexto temporal e espacial. Ou seja, a reprodutibilidade técnica não substitui a obra de arte; ela a reativa.

---

<sup>24</sup> Efeito de eco. Processado para dar sensação de espacialidade pela reflexão do som em ambientes fechados.

A reprodução de uma performance não me permite ter a experiência da performance em suas circunstâncias originais; ela não me transporta para o tempo e o local onde ocorreu. Entretanto, ela traz a performance até mim, para ter a experiência em meu contexto especial e temporal. Quando eu escuto gravações de Woodstock, assisto ao filme de Brian de Palma sobre o grupo de performance Dionysus nos anos 1970 ou olho para as fotos de Chris Burden presumidamente sendo baleado, esses eventos são reativados – ou reencenados, por assim dizer – na minha sala de estar ou estudo (...). Mesmo sabendo que esses eventos ocorreram em outro tempo e outro espaço, eu tenho a experiência deles como performance aqui e agora, comigo mesmo como audiência. (AUSLANDER, 2018, p. 46, traduzido pelo autor)

Esse processo de reativação descrito por Auslander nos leva a pensar numa temporalidade complexa criada pelas performances midiaticizadas: não se trata mais necessariamente do contexto espacial e temporal onde a performance foi feita, mas como ela cria um novo “aqui e agora” a partir de seu consumo pelo receptor. Não se trata de negar que o produto gravado não ofereça um testemunho histórico, mas como, com a reativação da performance, esse *passado* documentado é negociado numa leitura no *futuro* e processado como um tempo *presente*, produzindo, como designa Taylor, um estado constante de “agoridade”, nos termos da autora.

A temporalidade complexa é intrínseca à documentação da performance, como performances são gravadas ou documentadas para fazê-las disponíveis para audiências futuras, primeiramente. O passado documentado pode se tornar presente para nós em nosso próprio tempo através da reativação, e todo presente documentado já está sempre no passado.

Precisamente, essa complexa temporalidade das performances documentadas ou gravadas é o que eu estou tentando focar considerando o modo como o engajamento das audiências com um documento reativa uma performance passada no tempo presente sem enfatizar o passado da performance. (AUSLANDER, 2018, p. 53, traduzido pelo autor)

É exatamente na produção desse tempo presente, do aqui e agora, desse “aovivismo”<sup>25</sup> como um texto em situação (FECHINE, 2002) que reside grande parte do valor e do significado da performance midiaticizada. Ainda mais se somarmos a esse processo de mediação tecnológica a possibilidade de transmitir/assistir a essa performance em tempo real, interagindo com outros usuários e os próprios artistas.

Essas discussões sobre a midiaticização da performance musical ao vivo são importantes não apenas para pensar formas de relação da audiência com a música, mas também para reconhecer o papel central que a performance midiaticizada tem no consumo musical como um todo. Parece consenso, já que diversos autores, dentre eles Frith (1996) e Auslander (2018), reconhecem justamente a performance documentada como amplamente disponível em comparação com as performances ao vivo incorporadas. Ainda mais se

---

<sup>25</sup> Agradecimento a Thiago Soares pela provocação e sugestão do termo durante uma aula no PPGCOM/UFPE.

pensarmos que, nesses tempos de isolamento social, quando os concertos sequer são permitidos, elas se tornam mais do que um mero produto, mas uma demanda recorrente do público<sup>26</sup>.

Existem muitos motivos para isso: performance é tida como um tópico pós-moderno, vídeos pop são tidos como um meio pós-moderno, e essas duas coisas normalmente vão juntas; vídeos são agora sempre presentes em casa: eles são provavelmente o modo como a maioria dos adolescentes agora veem performances majoritariamente e certamente como muitos acadêmicos o fazem; os performers contemporâneos mais interessantes usam vídeo como meios de suas performances, ao mesmo tempo que o vídeo é a fonte das práticas de performance pop mais interessantes.

(...) O vídeo pop é importante, em outras palavras, não porque ele compele músicos a performatizarem em novos modos (...), mas de maneira em que se baseia em convenções de performance estabilizadas e as adapta às novas circunstâncias tecnológicas e de venda. (FRITH, 1996, p. 224, traduzido pelo autor)

Portanto, acredito que analisar performance musical ao vivo e a construção da música ao vivo em tempos de isolamento social é fugir categorizações competitivas. Refletir sobre esses fenômenos é notar como, cada vez mais, as cadeias da música são interligadas e diretamente dependentes. Casos como os discutidos neste artigo não apenas ilustram novas apropriações de práticas de produção, circulação e consumo estabelecidas, mas colocam ainda mais em evidência a centralidade e o protagonismo da música ao vivo, feita aqui e agora, nas aglomerações sociais e midiáticas.

### **Considerações finais**

Retomando a discussão apresentada neste artigo, buscou-se aqui uma reflexão sobre o atual cenário da performance musical ao vivo a partir da disseminação das lives de artistas e bandas durante o período da quarentena mundial desencadeada pelo novo coronavírus. Aqui interessou ir além das relações binaristas concorrentes entre os encontros “ao vivo” (incorporados, presenciais) e os produtos midiáticos (gravações de shows, performances), a partir de uma abordagem comunicacional.

Muito mais que afirmar se o consumo do show por meio de um DVD é uma experiência “menor” do que o show em si; se filmar um concerto por meio de um telefone celular para compartilhar nas redes sociais é uma prática de distração; ou, ainda, se a demanda por lives musicais em tempos de isolamento social se coloca como tendência de mercado para o mercado da música, interessa aqui perceber como o debate da música ao vivo, hoje, é central, inclusive no campo da Comunicação. Essa construção valorativa,

---

<sup>26</sup> Ver: < <https://g1.globo.com/pop-arte/musica/noticia/2020/03/25/a-era-das-lives-shows-a-distancia-indicam-a-cara-da-musica-pop-durante-a-quarentena.gh.html> >. Acesso em 10 de abril de 2020.

que já foi tema de diversos debates na crítica musical por parte do discurso de jornalistas, músicos e fãs, reflete a importância que a música ao vivo tem para a sociedade contemporânea.

O presente trabalho buscou analisar a sobreposição do midiático e do presencial, a partir da inviabilidade de realização dos shows convencionais e das reuniões sociais. Chamando a atenção para novas conformações da performance musical ao vivo em suas determinações comunicacionais e das temporalidades complexas, sobretudo o “aovivismo” que emerge destes produtos. Assim, percebemos que o fenômeno analisado é mais um exemplo de como as mediações tecnológicas no universo da música inauguram demandas, tendências de produção, circulação e consumo musicais, além de obliterarem as fronteiras – que, se um dia existiram, hoje, se tornam insustentáveis – entre tecnologia e práticas culturais das mais diversas.

As dinâmicas discutidas neste artigo nos permitem perceber o caráter mediado e distribuído da música, principalmente de seu segmento ao vivo, destinando atenção aos objetos “não musicais” que, cada vez mais, impregnam a música, suas materialidades e seus processos. Apontando, então, para uma visão mais ampla dos processos que agem na construção da música ao vivo dentro da cultura midiática. Assim, espera-se não apenas contribuir para a compreensão da centralidade que a música ao vivo e a tecnologia têm na sociedade contemporânea.

**Victor de Almeida Nobre Pires**

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3891-3273>

*UFAL, Programa de Pós-graduação em Ciência da Informação, Delmiro Gouveia (AL), Brasil.*

*Doutor em Comunicação pela UFPE*

*E-mail: [victor.pires@delmiro.ufal.br](mailto:victor.pires@delmiro.ufal.br)*

Recebido em: 16 de abril de 2020.

Aprovado em: 2 de junho de 2020.

<https://doi.org/10.46391/ALCEU.v21.ed44.2021.246>

ALCEU (Rio de Janeiro, online), V. 21, Nº 44, p.152-171, mai./ago. 2021

**Referências:**

AUSLANDER, P. **Liveness: Performance in a Mediatized Society**. New York: Routledge, 2008.

\_\_\_\_\_. **Reactivations: essays on performance and its documentation**. Ann Arbor: University of Michigan Press, 2018.

BAKER, M. Coronavirus Slowdown in Seattle Suggests Restrictions Are Working. **New York Times**, 29 mar 2020. Disponível em: < <https://www.nytimes.com/2020/03/29/us/seattle-washington-state-coronavirus-transmission-rate.html> >. Acesso em: 10 de abril de 2020.

BENJAMIN, Walter. A obra de arte na época de suas técnicas de reprodução. In: BENJAMIN, HABERMAS, HORKHEIMER, ADORNO. **Textos escolhidos**. São Paulo: Abril Cultural, 1983.

BORGES, T. Surto de lives: na quarentena, transmissões ao vivo se tornaram comuns e até memes. **Correio**, 04 abr 2020. Disponível em: < <https://www.correio24horas.com.br/noticia/nid/surto-de-lives-na-quarentena-transmissoes-ao-vivo-se-tornaram-comuns-e-ate-memes/> >. Acesso em: 10 de abril de 2020.

BORN, G. **On musical mediation: ontology, technology and creativity**. *Twentieth-Century Music*, 02, n. 01, 2005. 07-36.

BRÊDA, L. Em lives da quarentena, músicos mostram intimidade e fazem covers inusitados. **Folha de São Paulo**, 23 mar 2020. Disponível em: < <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2020/03/em-lives-da-quarentena-musicos-mostram-intimidade-e-fazem-covers-inusitados.shtml?cmpid=assmob&origin=folha> >. Acesso em: 10 de abril de 2020.

FECHINE, Y. C. **Televisão e presença: uma abordagem semiótica da transmissão direta**. 1. ed. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2008. v. 1. 256p.

FRITH, S. **Performing Rites: on the value of popular music**. Cambridge: Harvard University Press, 1996.

GODLOVITCH. **The Integrity of Musical Performance**. *Journal of Aesthetics and Art Criticism*, 4(51), 1993. 573-588.

HERSCHMANN, M. **Indústria da Música em Transição**. 1. ed. São Paulo: Estação das Letras e das Cores, 2010.

LATOURETTE, B. **Reagregando o social: uma introdução à Teoria do Ator-Rede**. Salvador: Edufba, 2012.

ORTEGA, R. A era das lives: shows à distância indicam a cara da música pop durante a quarentena. **G1**, 25 mar 2020. Disponível em: < <https://g1.globo.com/pop-arte/musica/noticia/2020/03/25/a-era-das-lives-shows-a-distancia-indicam-a-cara-da-musica-pop-durante-a-quarentena.ghtml> >. Acesso em: 10 de abril de 2020.

PIEKUT, B. **Actor-Networks in Music History: Clarifications and Critiques**. *Twentieth-Century Music*. May 2014, pp 1 – 25.

PIRES, V. "Put that shit away": concertos ao vivo, midiatização e incômodo. **Revista Fronteiras (Online)**, v. 20, p. 157-167, 2018.

\_\_\_\_\_. Tensões entre o consumo musical ao vivo e o uso de dispositivos móveis na rede Sofar Sounds. In: PIRES, V; ALMEIDA, L. **Circuitos Urbanos e Palcos Midiáticos: Perspectivas culturais da música ao vivo**. Maceió: Edufal, 2017.

\_\_\_\_\_. **Rastros da música ao vivo: dos palcos aos shows em salas de estar**. Curitiba: Appris Editora, 2019.

TAYLOR, D. **O arquivo e o repertório: Performance e memória cultural nas Américas**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2013.

ZUMTHOR, P. **Performance, Recepção, Leitura**. São Paulo: Ubu Editora, 2018.

## Resumo

O presente artigo tem como objetivo discutir a noção de performance no campo da música ao vivo, a partir de uma abordagem comunicacional, tendo como caso de estudo a tendência de produção de apresentações através das redes sociais durante o isolamento social adotado no combate à proliferação do novo coronavírus. Questões sobre a mediação tecnológica e documentação da performance; o "aovivismo" e temporalidades complexas dos produtos midiáticos; usos das redes sociais e novas interações entre músicos e fãs são alguns temas abordados para tentar entender o lugar da música ao vivo dentro da cultura midiática atual. Muito além de tentar entender a performance midiatizada como uma faceta oposta da performance incorporada e presencial, busca-se uma visão ampla que contemple a ação de indivíduos e tecnologias, buscando uma perspectiva que construa a música ao vivo contemporânea a partir de elementos não, necessariamente, musicais.

**Palavras-chave:** Música ao vivo. Performance. Tecnologia.

## Abstract

This article aims to discuss the notion of performance in live music. From a communicational approach, having as a case of study the concerts produced through social networks during the social isolation adopted to combat the proliferation of new coronavirus. Questions about technological mediation and performance documentation; the "liveliness" and complex

<https://doi.org/10.46391/ALCEU.v21.ed44.2021.246>

ALCEU (Rio de Janeiro, online), V. 21, Nº 44, p.152-171, mai./ago. 2021

temporalities of media products; uses of social networks and new interactions between musicians and fans are some of the topics addressed here to try to understand the place of live music within the current media culture. Beyond trying to understand mediatized performance as an opposite facet of face-to-face performances, we seek a broad view that contemplates the action of individuals and technologies, seeking a perspective that builds contemporary live music from elements that are not, necessarily, musical.

**Keywords:** Live music. Performance. Technology.

## Resumen

Este artículo tiene como objetivo discutir la noción de performance en el campo de la música en vivo. Desde un enfoque comunicacional, teniendo como caso de estudio la producción de conciertos a través de las redes sociales durante el aislamiento social adoptado para combatir la proliferación del nuevo coronavirus. Preguntas sobre mediación tecnológica y documentación de la performance; la "envivacidad" y las temporalidades complejas de los productos mediáticos; el uso de las redes sociales y las nuevas interacciones entre músicos y fanáticos son algunos de los temas abordados para tratar de comprender el lugar de la música en vivo dentro de la cultura de los medios actuales. Más allá de tratar de entender la performance mediatizada como una faceta opuesta de la performance cara a cara, buscamos una visión amplia que contemple la acción de las personas y las tecnologías, buscando una perspectiva que construya música en vivo contemporánea a partir de elementos que no son, necesariamente, musicales.

**Palabras clave:** Música en vivo. Performance. Tecnología.

*Este artigo é publicado em acesso aberto (Open Access) sob a licença Creative Commons Attribution Non-Commercial (CC-BY-NC 4.0), que permite que outros remixem, adaptem e criem a partir do seu trabalho para fins não comerciais, e embora os novos trabalhos tenham de lhe atribuir o devido crédito e não possam ser usados para fins comerciais, os usuários não têm de licenciar esses trabalhos derivados sob os mesmos termos.*