

## CULTURA DO REMIX

Alexandre Matias

O termo *remix* surgiu nos anos 70, quando produtores e DJs descobriram que era possível mexer na música depois que ela havia sido gravada. Um conceito de certa maneira novo, a pós-produção ajudou a maturidade do *rock* nos anos 60, quando, liderada pelos Beatles, toda uma geração se dispôs a alterar a própria obra com efeitos, superposições e modulações que podiam mudar sutil ou completamente o que havia sido registrado em estúdio. Mas o que o produtor americano Tom Mould descobriu quase sem querer foi que era possível aproveitar este novo recurso e aplicá-lo em um mercado ainda mais recente, o da *disco music*. Ele quem começou a explorar as possibilidades de uma mesma música ser esticada, às vezes por mais de dez minutos, caso fosse necessário. Ciente da novíssima habilidade dos DJs de Nova York no final dos anos 70 (que, sozinhos, começaram a grudar as músicas umas nas outras, juntando batidas semelhantes e encaixando as músicas umas nas outras), Mould percebeu que poderia ajudar a movimentação da pista de dança se fizesse discos que ajudassem o DJ — afinal, discos eram seus instrumentos. E assim foi inventando novidades como o breque instrumental no meio da música — que poderia ser usado ou para prolongar a duração da música, usando-se dois discos, ou permitir que uma nova música entrasse —, o *single* de 12 polegadas (com sulcos mais largos, em vez do compacto de sete) e, finalmente, o *remix*.

O conceito de *remix*, no entanto, não podia ficar limitado à pista de dança. Afinal, ele trata de um processo que começa a reverter o detalhismo cartesiano que categorizou o mundo em compartimentos tão diferentes que parece não ter conexões entre si. Aos poucos redescobrimos pontos em comum em áreas que antes julgávamos completamente alheias umas às outras — intersecções entre arte

e dinheiro, ciência e religião, paixão e lucro — que nos fazem repensar completamente o cenário em que habitamos. Estamos, como Mould no final dos anos 70, descobrindo que existem formas de facilitar a vida de cada um dos DJs do mundo — e todo mundo é um DJ em potencial. Como tal, todo ser humano edita sua própria realidade a partir de sentimentos, conceitos, princípios e valores que são, voltando à metáfora, as canções que ele quer que o resto do mundo ouça. Com os recentes avanços tecnológicos que tivemos ao final do século passado, começamos a remixar a realidade de forma mais drástica e consciente, seja no controle remoto, no uso da internet e em tudo que consumimos.

Mais do que na música, que ainda mantém alguns setores completamente alheios ao *remix*, a realidade atual é completamente remixada. Entre as roupas customizadas e os carros tunados, há um sem-fim de produtos que estão sendo reinventados por seus consumidores — além de tantos outros produtos que foram feitos para ajudar as pessoas a criar, mais do que a simplesmente remixar. Se antes tínhamos que a sociedade do consumo nos padronizasse e uniformizasse, estamos vendo um movimento bem diferente acontecendo hoje em dia — e, a cada dia que passa, mais temos possibilidades disponíveis para alterar a nossa rotina.

Esse processo de remisturação é o oposto do que aconteceu, voltamos à música, quando o áudio começou a ser gravado. Artistas que nunca haviam aspirado o sucesso além de sua própria comunidade aos poucos se viram transformados em pequenas celebridades, vendendo um novo tipo de som novíssimo para o público em geral pelo único fato de ser gravado. Se antes a música popular era um processo coletivo, sem duração, gênero musical ou autoria definidos, à medida que o século XX amanhecia, surgiram novos astros de uma música que, devido a limitações técnicas (só era possível gravar três ou quatro minutos), passava a ter um tema só e começo, meio e fim. Assim surgiu o *jazz*, o *blues*, o tango, a moda de viola, o samba, o baião, a rumba, o *country* e o frevo, por exemplo, gêneros musicais que eram praticados na rua por todos que, quando um Robert Johnson ou Luiz Gonzaga chegava ao estúdio, era personalizado em um músico, quase sempre "o rei do tipo de música tal".

Estabelecida com o advento da mesma inovação tecnológica que deu origem aos idiomas modernos, aos países, aos livros e ao jornalismo (a palavra impressa), a autoria, como todos estes conceitos anteriores, vem, no entanto, sofrendo uma drástica derrocada que acompanha os primeiros passos de uma nova consciência planetária. O meio ambiente, o capitalismo moderno e a cultura *pop* funcionaram como agentes cruciais no despertar dessa sensação de que todos nós somos responsáveis por todo o planeta. A internet só nos conectou. Encontrou um ambiente propício para acelerar a troca de ideias e de informação a ponto de tornar-se, em pouquíssimo tempo, no sistema nervoso da humanidade.

Do mesmo jeito que o gênio não é alguém que veio do nada e venceu por conta de seus próprios esforços (sempre procure o contexto de onde o sujeito veio antes de comemorar a vitória da individualidade), a criatividade também não pertence a um só indivíduo. E se o século XX consolidou o conceito de autoria graças a várias revoluções tecnológicas do fim do século anterior (a fotografia, a rotativa, o gravador de som e de imagens — basicamente invenções ligadas ao processo de registro), a revolução tecnológica que assistimos hoje é baseada em exposição, distribuição e troca. Estamos dispostos a fazer o conhecimento planetário possa se tornar acessível a todos os seres humanos e temos cada vez mais consciência disso — como do nosso papel de agente desta distribuição, atuando como um DJ que, de acordo com as "músicas" (sentimentos, conceitos, princípios e valores) que escolhe, atinge um determinado tipo de público.

**Nota dos editores**

Texto gentilmente cedido pelo autor. Publicado originalmente no livro *Para entender a internet*, organizado por Juliano Spyer.

**Alexandre Matias** é editor do Trabalho Sujo (<http://www.oesquema.com.br/trabalhosujo>) e do Link Estádio ([www.estadao.com.br/link](http://www.estadao.com.br/link)).