

PASTICHE EM SAMPLEAGEM: TENDÊNCIAS TÉCNICAS ENTRE O ORIGINAL E CÓPIA NA COMERCIALIZAÇÃO DO INTANGÍVEL

PASTICHE IN SAMPLEAGE: TECHNICAL TRENDS BETWEEN THE ORIGINAL AND THE COPY IN THE COMMERCIALIZATION OF INTANGIBLE

Ícaro José Santos Paulo¹
Lilian Simone Godoy Fonseca²

Resumo: O presente artigo tem como objetivo examinar o pastiche como uma forma de manifestação artística e sua interseção com a técnica da sampleagem na produção de músicas comercializadas na plataforma de *streaming* audiovisual *Spotify*. A partir da identificação da técnica em um conjunto de canções derivadas de sucessos consolidados, *hits* nacionais e internacionais, apresentamos uma proposta de discussão sobre a relevância do pastiche na estética contemporânea à luz das teorias da Indústria Cultural, particularmente as de Theodor Adorno, Max Horkheimer e Walter Benjamin. Com a apresentação de canções que utilizam a prática de funk MTG tocadas em *playlists* populares da própria plataforma, concluímos que essa prática reflete transformações sociais, culturais e econômicas em andamento que se apresentam com tendências de fragmentação, de apelo nostálgico, de repetição e de transtextualidades entre significações por meio da combinação de elementos estéticos intangíveis nas sampleagens e que integram a atual lógica da indústria cultural pela alta capacidade de reprodução e oferta no meio digital através do uso comercial do pastiche.

Palavras-chave: Pastiche; Sampleagem; Indústria Cultural; funk MTG; Spotify.

Abstract: This article aims to examine pastiche as a form of artistic expression and its intersection with the sampling technique in the production of music sold on the audiovisual streaming platform Spotify. Based on the identification of the technique in a set of songs derived from consolidated hits, national and international hits, we present a proposal for a discussion on the relevance of pastiche in contemporary aesthetics in light of the theories of the Cultural Industry, particularly those of Theodor Adorno, Max Horkheimer and Walter Benjamin. By presenting songs that use the MTG funk practice played on popular playlists on the platform itself, we conclude that this practice reflects ongoing social, cultural and economic transformations that present themselves with tendencies of fragmentation, nostalgic appeal, repetition and transtextuality between meanings through the combination of intangible aesthetic elements in sampling and that integrate the current logic of the cultural

¹ Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Ciências Humanas da Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri.

² Bacharel em Psicologia pela PUCMG, Mestre e Doutora em Filosofia pela UFMG, Pós-doutora em Filosofia pela PUCPR, Professora permanente dos Programas de Pós-Graduação em Ciências Humanas da Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri e de Pós-Graduação em Filosofia da Unimontes. E-mail: filoslgodoy@ig.com.br

industry due to the high capacity for reproduction and supply in the digital environment through the commercial use of pastiche.

Keywords: Pastiche; Sampling; Cultural Industry; MTG funk; Spotify

Introdução

O pastiche não passa de uma nítida imitação de uma obra artística ou parte dela, seja na literatura, na música, no cinema ou na arquitetura. Na indústria fonográfica é a sampleagem³ que representa a relação mais próxima com essa manifestação artística, pois consiste, de forma técnica, na utilização de trechos de uma ou mais músicas (obras-fonte) na gravação de outra(s) música(s) (obras-derivadas). As canções, enquanto mercadorias da indústria cultural, desempenham um papel fundamental na dinâmica de comercialização que acessa as emoções e, para que isso ocorra, os significados que as provocam. Os diversos gêneros musicais não apenas representam opções de produtos sonoros num mercado de escala global, mas também refletem mudanças sociais, culturais e tecnológicas no nosso tempo como, por exemplo, a ascensão de plataformas de *streamings* como principais distribuidoras de músicas, substituindo a decadente dinâmica dos produtos físicos como os álbuns em CDs. Adiante, serão apontados alguns dos efeitos estéticos e comerciais que o uso do pastiche na produção de músicas para alta comercialização representa.

Utilizamos a plataforma de *streaming* audiovisual com maior número de assinantes⁴, a *Spotify*, cujo lucro é obtido num modelo de negócios que consiste em dois tipos de receita: (i) a suportada por anúncios, na qual usuários gratuitos - propensos a adquirirem uma assinatura com o tempo - têm funcionalidades limitadas disponíveis no aplicativo e servem de público para publicidade, e (ii) os usuários assinantes com acesso ilimitado sem anúncios. Parte do que é arrecadado pela plataforma sueca é destinado ao pagamento de royalties por música reproduzida (*play*), valores que ainda variam de acordo com os contratos com as gravadoras e distribuidoras. A facilidade para um cantor e/ou produtor musical disponibilizar,

³ Sampleagem deriva de *sample*, que é a passagem, amostra ou fragmento gravado de um som, e o ato de samplear significa gravar e processar esses arquivos de som por meio de um sintetizador. A palavra *sample* em inglês significa amostra (Neiva, 2013, p. 490).

⁴ Segundo seu resultado financeiro que divulgou os números relativos ao segundo trimestre de 2024, a empresa atingiu 614 milhões de usuários, dos quais 239 milhões são assinantes.

ÍCARO JOSÉ RAMOS PAULO
LÍLIAN SIMONE GODOY FONSECA

através de *upload*, canções no aplicativo ampliou a quantidade de músicas disponíveis e, com isso, a variedade de produtos no catálogo da plataforma, fazendo com que essa diversidade de fornecedores, juntamente à capacidade de disponibilizar diversos produtos ao mesmo tempo, devido aos custos reduzidos de distribuição, sejam fundamentais para determinar os resultados positivos desse modelo de negócios.

Em termos econômicos, a ascensão de plataformas como a *Spotify* alterou significativamente a forma de consumo de música e as trocas de mercadorias, mesmo que intangíveis e sob um novo modelo de custo, foram facilitadas pelo crescente acesso aos ambientes virtuais. Gomes *et al.* (2015, p. 8) destacam que o surgimento do *Spotify* foi uma forma fundamental de valorizar a indústria fonográfica, que estava defasada no início do século XXI, potencializando-a para o mercado consumidor. A distinção entre os *hits*, “músicas de sucesso massivo”, e as canções que se encaixam nos nichos é o que, ainda segundo o estudo, caracteriza o modelo de negócios da empresa como um modelo de Cauda Longa⁵. Nesse modelo, os *hits* são responsáveis por grandes fatias da receita e os demais produtos integram juntos outra grande fatia. Para manter esse imenso repositório de canções (e *podcasts*, outro tipo de produto da plataforma), o *Spotify* precisa de fornecedores que estejam sempre produzindo novos conteúdos para alimentar uma estrutura de negócios lucrativa. O trabalho empregado nas produções, então, só será remunerado pela plataforma se os produtos alcançarem certa popularidade. Dessa forma, os fornecedores e/ou artistas utilizam técnicas para que suas músicas sejam reconhecidas pelo público em meio a inúmeros outros produtos e, assim, o fenômeno do pastiche se manifesta por meio de técnicas de sampleagem que permitem maiores acertos quanto à popularidade das canções, convertendo manifestações artísticas em formas de lucro por meio desse dispositivo técnico.

Nesse novo cenário, o papel da arte é vender o máximo possível suas cópias; se produzindo e reproduzindo por meio da técnica. Essas são conclusões

⁵ O modelo cauda longa foi identificado como estratégia de negócio por Chris Anderson em *A cauda longa: do mercado de massa para o mercado de nicho*, e indica a possibilidade de um negócio ofertar grande variedade de produtos. Para o autor, a venda de produtos de cauda longa é a parte mais lucrativa do negócio. Assim, mesmo com baixas vendas, o enfoque nos nichos de produtos garante receita no montante. Outras empresas de *streaming* também utilizam esse modelo de negócios, como a *Netflix* e *Amazon Prime*. Cf. estudos de Ferreira *et al.* 2017 e Gomes *et al.* 2015.

importantes para a análise da Indústria Cultural a partir do texto *A obra de arte na era da reproducibilidade técnica*, de Walter Benjamin. A complexidade e atualidade desse famoso ensaio mantém a relevância do estudo das transformações técnicas operadas no contexto pós-moderno, já que uma das principais denúncias do autor é que “a reprodução técnica pode ainda colocar a cópia do original em situações intangíveis a esse mesmo original” (2018, p. 56-57). Nesse sentido, o valor intrínseco de uma obra – que o autor denomina de áurea, cujo esvaziamento ele denuncia – passa a fazer de parâmetro o sucesso comercial, algo que, revertido em lucro, no estágio avançado do sistema capitalista, está acima da capacidade de contemplação, que outrora fundamentava o valor de uma obra de arte. Assim, como já constata Benjamin, a coletividade humana, ao longo dos processos históricos, foi capaz de mudar a percepção sobre a arte, bem como sobre a forma de se relacionar com os artefatos técnicos que auxiliam na produção artística operacional e conceitualmente. A arte, ou uma mercadoria com valor artístico, se aproxima cada vez mais do dia a dia e essa frequência só é acessível às massas devido à reprodução: a cópia (2018, p. 60), algo que é potencializado, cada vez mais, pelo uso dos suportes digitais.

Como para Benjamin a técnica é o que determina nosso modo de percepção, a partir desse conceito, é possível observar quais elementos surgem como respostas às transformações técnicas e como esses artefatos intercambiam significados, signos e marcas entre as obras de arte na cultura de massa. Exemplos são as canções feitas com trechos de outras obras, as montagens ofertadas por meio de plataformas de *streaming* são um tipo de obra de arte que consegue realizar um intercâmbio de capital cultural, mesmo que de forma fragmentada, repetitiva e que conte com um apelo nostálgico como parte da garantia de sucesso, como veremos a diante.

A Indústria Cultural e o Pastiche na Música

De saída, para que não se confunda com o plágio, o pastiche carrega características de contemplação e homenagem a obras cujos trechos são reproduzidos, de forma que as elevadas frequências de reproduções canonizam não

ÍCARO JOSÉ RAMOS PAULO
LÍLIAN SIMONE GODOY FONSECA

apenas canções, mas também o sucesso de bandas e gêneros inteiros ou, até mesmo, outros tipos de produção artística como o filme *Titanic*, do diretor James Cameron, cuja canção *My Heart Will Go On*, de Céline Dion, é lembrada em associação à produção audiovisual que fez grande sucesso e foi utilizada como pastiche em diversas produções para a TV, incluindo paródias cômicas. Já um exemplo de pastiche musical é a canção *Gimme Gimme Gimme* do grupo sueco Abba, utilizada como referência para a cantora Madonna na canção *Hung Up*, um *hit* que também alcançou grande sucesso muitos anos após seu lançamento no *pop music*. Entretanto, o pastiche de uma obra original não é o único fator que garantirá o sucesso de uma obra derivada. Mesmo que tenha surgido como nobres homenagens, tornou-se comum em gêneros populares, por facilitar o processo de comercialização, acessando fórmulas já bem-sucedidas no mercado fonográfico.

Nesse meio, o uso indevido de trechos de músicas, os *samples*, empregados no nicho musical da industrial cultural não é alvo de crítica neste estudo, nem é uma prática recente, nem, tão pouco, é algo raro. Por seu turno, o plágio que, diferentemente de uma homenagem, é uma tentativa de apropriação feita por usurpadores que apresentam como suas as obras de outros, ainda é um ponto de discussão - cujo consenso entre os produtores musicais na indústria fonográfica está bem distante - e, embora seja um o crime, o plágio é, muitas vezes, também utilizado como ferramenta de impulsionamento das vendas. Em termos comerciais e jurídicos, existem casos que se destacaram na história da música como, a título de exemplo, o processo bem sucedido movido pelo cantor Jorge Bem Jor contra os produtores da música *Da ya think i'm sexy?*, do cantor britânico Rod Stewart, que admitiu o “plagiarismo inconsciente” anos depois, após verificado o uso de oito compassos da música *Taj Mahal*, de 1972. Atualmente, esse tipo de processo quando chega ao conhecimento do grande público pode ser objeto de publicidade para ambos os lados, sendo que qualquer polêmica sobre uma mercadoria pode se transformar em espetáculo da mídia e ampliar o mercado consumidor de uma obra.

O fenômeno do pastiche na música, assim como em outros gêneros artísticos, é algo que ocorre há bastante tempo e é encontrado nos mais variados suportes e em formatos como o *mashup*, o *remix*, o *re-edit*, o *bootleg* e o recente MTG. Em síntese, o *mashup* é definido como a união de uma ou mais canções, geralmente

ÍCARO JOSÉ RAMOS PAULO
LÍLIAN SIMONE GODOY FONSECA

parecidas, na criação de uma canção nova; o *remix* é o tipo de música que recria uma canção original através da modificação digital de suas faixas sonoras; o re-edit nada mais é do que uma remontagem de uma canção, uma reorganização de seus trechos; e o *bootleg* é apenas o *remix* feito sem autorização dos produtores originais. Essas técnicas podem ser utilizadas em separado ou juntas e são produções artísticas com referências muitas vezes explícitas, como é o caso da música *Quem não quer sou eu*, de Seu Jorge, transformada em montagem de funk MTG pelos DJ Topo e MC Leozin. Mais exemplos serão utilizados adiante.

É necessário destacar que o pastiche é uma manifestação que torna evidente elementos característicos de uma outra obra, a obra-fonte, de forma direta, através da cópia, da releitura ou, até mesmo, da paródia musical. Portanto, o pastiche como manifestação transtextual pode aparecer em canções por meio de qualquer formato, bastando que ocorra alguma imitação para caracterizar-se (Buzato *et al.* 2013, p. 1212). Nesse sentido, o crítico cultural Fredric Jameson (2006, p. 21) classifica o pastiche como uma prática significativa do pós-modernismo e o classifica também como uma “paródia pálida”, sem senso de humor e que serve de “prenúncio de tendências mais profundas e gerais da vida social como um todo”.

Toda fragmentação que deriva desses aspectos é essencial para a indústria cultural, pois faz parte de um processo de produção comercial de arte em que se utiliza a correspondência de significações incorporadas aos produtos - que pode ser lido, no contexto deste estudo, como *transtextualidade*. É nesse sentido que Jameson complementa sua análise sobre o cenário pós-moderno com a identificação do modo nostálgico, alegando que é devido a seu aprisionamento ao passado que a sociedade contemporânea se pauta em referências da tradição estética modernista para a criação do novo (2006, p. 25). Jameson também diferencia o “cinema nostálgico” do cinema de época, entendendo como uma prática específica do pastiche (2006, p. 26), numa relação entre referenciais do modo nostálgico, que só ocorre se essas insinuações são percebidas pelos indivíduos. Em resumo, não são o pastiche e o modo nostálgico novas formas de representação artística que caracterizam o pós-moderno, mas, sim, a ascensão desses fenômenos, antes secundários na sociedade; como a representação de formas de arte que se adequaram ao capitalismo tardio de consumo, em que a estética é constantemente

ÍCARO JOSÉ RAMOS PAULO
LÍLIAN SIMONE GODOY FONSECA

reciclada e ‘renovados’ os seus referenciais, sendo transformada e fragmentada para proporcionar, repetidamente, novas experiências de consumo e fontes de lucro. Essa fragmentação é capaz, também, de representar a falta de unidade do contexto pós-moderno, onde encontra legitimidade na linguagem do mercado e das repetições.

Adorno e Horkheimer argumentam que essa repetição esvaziada de significados – pelo menos de novos – reflete mudanças de valores sociais como, por exemplo, a transição entre a alta arte e a popular. Sem considerar a limitação da visão eurocentralizada que os autores propunham, eles indicaram que a industrialização de produtos culturais é um fator que caracteriza a civilização contemporânea, sendo um efeito da aplicação da tecnologia industrial na cultura, e que, também, desvaloriza a experiência estética e crítica dos consumidores ao atender a lógica de mercado, que visa sempre o lucro (Adorno; Horkheimer, 1985, p. 127). A monetização da cultura denunciada pelos autores é executada banalmente sob o pretexto de criatividade, sendo essa direcionada para a venda de cada vez mais mercadorias e caracterizando a indústria cultural como fomentadora de fórmulas que garantam o sucesso de seus produtos gerando lucro, e os substituí por novos invariavelmente, mesmo que com o reaproveitamento de seus elementos mais marcantes.

Se, no mercado da cultura, as fragmentações de sucessos consolidados, assim como as repetições de seus trechos, forem entendidas como um elemento de transtextualidade, é possível observar que correspondem ao intercâmbio de significações entre as obras/textos, agregando valores emocionais à obra-derivada, que podem ampliar a comercialização desse produto. Ou seja, são referenciais aos quais o público consumidor já se habituou, muito pela frequência que o pastiche se manifesta na arte, aplicadas como fórmulas de sucesso na produção de mercadorias culturais. Mesmo contendo apenas parte dos significados das obras-fonte, é uma forma de acesso, conexão com um capital cultural já firmado e que permanecerá a serviço da dinâmica comercial da indústria que intermedia as trocas culturais e intangíveis.

Metodologia

ÍCARO JOSÉ RAMOS PAULO
LÍLIAN SIMONE GODOY FONSECA

Neste estudo foi utilizada uma amostra de 16 canções, e suas respectivas canções de inspiração (obras-fonte), numa comparação sistemática dos dados de reprodução disponibilizados pelo *Spotify* entre músicas derivadas e suas obras originais. O gênero musical especificado foi o funk em sua prática denominada MTG por ser, atualmente, um exemplo de produto que utiliza o pastiche sob a forma técnica da sampleagem e que se mostra altamente consumido em *playlists* tocadas no ano de 2024. As canções classificadas pela plataforma de *streaming* como MTG apresentam muitas vezes na própria denominação o MTG antes do nome, como uma espécie de prefixo para identificação. A argumentação buscou identificar as características comuns das produções do gênero e relacioná-las com as conclusões de Theodor Adorno, Max Horkheimer e Walter Benjamin, sobre as transformações na indústria cultural hodierna, deixando evidente a falta de novidade tanto na prática técnica quanto na exploração estética do pastiche, ao incluir em nossa análise exemplos de sampleagens famosas pertencentes a outros gêneros. Com o levantamento das canções e o apontamento de congruências com críticas fundamentais da Escola de Frankfurt, as características identificadas foram relacionadas com estudos que apresentam o contexto dinâmico do mercado musical na era digital, a fim de fortalecer a argumentação sobre o uso técnico do pastiche e sua intensa representação na arte e na indústria cultural pós-modernas, evidenciando também suas características práticas como integrantes da análise social.

Apresentação dos dados: a prática do MTG e suas produções sampleadas

O MTG⁶ é percebido na cena musical como uma nova tendência que deriva da montagem, técnica bem antiga na produção musical, mas que apresenta algumas semelhanças e diferenças na forma de fazer sampleagem e colagem em relação ao

⁶ O termo MTG, que significa montagem, também pode ser entendido como uma simples abreviação, algo muito comum no ciberespaço principalmente entre os usuários das gerações Z e *millennial*. Vide reportagem: <https://oglobo.globo.com/cultura/noticia/2024/06/11/o-que-e-mtg-genero-criado-na-cena-funkeira-de-belo-horizonte-explode-nas-redes-e-ocupa-topo-das-paradas-ouca.ghml>.

ÍCARO JOSÉ RAMOS PAULO
LÍLIAN SIMONE GODOY FONSECA

funk carioca⁷. Segundo o estudo de Renan Ribeiro Moutinho (2022, p. 2), a “popularização da técnica de produção de montagens, a partir do advento de *samples* acessíveis a produtores e equipes de pequeno e médio porte do Rio de Janeiro”, foi reflexo das influências de fragmentos musicais originários do Banto e da capoeira, evidentes pelo uso do berimbau, do maculelê e de ritmos do candomblé de caboclo. Tais influências foram inseridas ao capital cultural brasileiro por meio de “processos afrodiáspóricos”, que obrigaram populações inteiras a assimilarem verbalmente elementos culturais de culturas externas. No que se refere ao seu uso técnico, ainda conforme o estudo de Moutinho, a inserção de aparelhos de sampleagem, os denominados *mixers*, que chegaram ao Brasil no final da década de 1980, foi o que proporcionou o aparato para a popularização do funk carioca, do eletrofunk e do techno-hop na época. É necessário destacar, para o contexto deste estudo, que em álbuns considerados pioneiros da produção nacional do funk, existiam faixas de melodias chamadas de “melôs”, sendo a denominação que diferenciava as composições de funks, que faziam paródias fonéticas de músicas em inglês e cânticos populares politizados (*raps*).

A tendência que as produções de funk MTG representam vai além do fator geográfico e agrega quantidades de referências já fortemente assimiladas pelos ouvintes de diversos gêneros e épocas. O estudo de Daniela Rosa aponta que o reconhecimento legal do funk como cultura veio com a aprovação da Lei 5.544, de 2009, e que o funk como estilo é fortemente produzido com “colagens de trechos de outras músicas” (Rosa, 2024, p.84), o que demonstra que o gênero é revisitado e atualizado constantemente, desde seu surgimento no Brasil e que a mistura de nostalgia e tradição é fator de transformação para que surjam novidades; o pastiche integra o funk desde seu desembarque no Brasil. O DJ Topo, um dos produtores pioneiros na prática do funk MTG criado para os bailes de comunidades em Belo Horizonte, considera que esse tipo de produção é capaz de agregar nostalgia nas criações de algo novo, ao mesmo tempo em que amplia o acesso dos novos ouvintes a funks antigos, ou a outros gêneros⁸.

⁷ O funk carioca é conhecido também como apenas ‘funk’, e é uma árvore que agrupa diversas práticas de funk no Brasil e recebeu esse nome justamente por ter surgido na cidade do Rio de Janeiro.

ÍCARO JOSÉ RAMOS PAULO
LÍLIAN SIMONE GODOY FONSECA

Devido à atual velocidade de produção e distribuição das mercadorias digitais, as montagens MTG podem representar uma tendência de curta ou longa duração no mercado da música, mas já é uma realidade com base no uso técnico do pastiche em tentativas de garantir fórmulas de sucessos comerciais, por meio da capacidade de reprodução em massa. O desgaste de referências já exploradas na Indústria Cultural deixa a impressão de que o “sempre-igual”, mesmo que fragmentado, serve ao prolongamento da produção e consequentemente do lucro, aos moldes da crítica contundente feita por Theodor Adorno (2002, p. 80).

Assim, as canções, a seguir, foram coletadas em listagens públicas das plataformas que as indicam como MTGs, utilizando apenas as que remetem diretamente a suas obras-fonte, contendo compassos, vocais e *beats* identificáveis, algo necessário para qualificação do pastiche na música. Além dessas, serão apontados *hits* que obtiveram grande alcance no mercado fonográfico a fim de delinear a tendência técnica de uso do pastiche, sendo sua utilização na forma de manifestação artística utilizada para os objetivos da Indústria Cultural.

Os MTGs selecionados na plataforma de *streaming* audiovisual *Spotify* foram consultados na data de 31.10.2024, e separados em três pequenos grupos: (i) 4 canções que fizeram pastiche utilizando *samples* de canções internacionais, sendo obras-fonte com mais de um bilhão de reproduções no *Spotify*, (ii) 5 canções que utilizaram *samples* de *hits* brasileiros, obras-fonte lançadas já no *Spotify* e (iii) 7 canções que utilizaram *samples* de *hits* brasileiros, obras-fonte lançadas antes da existência do *Spotify*. Todas as canções (obras-derivadas) escolhidas foram lançadas em 2024. As obras-derivadas a seguir, que fazem parte do primeiro grupo, obtiveram entre 1.360.265 e 3.932.527 reproduções na plataforma. A canção *MTG Eu sou um erro* (DJ Lg do Sf, DJ MARTINS, MC Flavinho, MC Diguinho), utilizou explicitamente como obra-fonte a música *Set Fire to the Rain* da cantora e compositora inglesa Adele, lançada em 2011 e que obteve 1.773.595.760 reproduções; a canção *MTG – HOW DEEP IS YOUR LOVE – MOVIMENTA x JOGA* (Davi Lemos DJ) utilizou como obra-fonte a canção *How Deep Is Your Love* (Calvin Harris e Disciples, 2015) que alcançou 1.258.037.305 reproduções e cujo título é,

⁸ LIMA, Gabriel. MTG: ritmo de *funk* surgido em Belo Horizonte vira sucesso no Brasil. METRÓPOLIS. 09 de junho de 2024. Disponível em: <<https://www.metropoles.com/entretenimento/musica/mtg-ritmo-de-funk-surgido-em-belo-horizonte-vira-sucesso-no-brasil>>.

ÍCARO JOSÉ RAMOS PAULO
LÍLIAN SIMONE GODOY FONSECA

também, uma referência clara a canção homônima escrita por Barry Robin e Maurice Gibb, do grupo Bee Gees, e lançada como single no ano de 1977; a terceira canção desta categoria, *MTG – YOUR LOVE* (Luka G, MC Gw), teve como inspiração a música *Your Love* (The Outfield, 1985) que, considerando apenas a contabilização da *Spotify*, obteve 1.052.617.122 reproduções; e a última canção deste grupo é o *MTG Too Sweet* (Felipe Carvalho DJ) utiliza a canção *Too Sweet* (Hozier, 2024), obra-fonte que obteve 1.064.175.290 reproduções.

Canções com amostras de obras-fonte que são grandes sucessos brasileiros de diversos gêneros, fazem sucesso também vendidas como MTGs, como é o caso de algumas das canções selecionadas do segundo grupo desta análise. A primeira, a música *MTG QUEM NÃO QUER SOU EU* (DJ TOPO, Seu Jorge, MC Leozin, MC G15) obteve impressionantes 164.722.706 reproduções, quase seis vezes mais *plays* do que a canção original, *Quem não quer sou eu* (Seu Jorge, 2011), com atuais 26.793.916. Dentre as canções MTGs encontradas, este é o maior sucesso em termos comerciais. Outro sucesso que superou a quantidade de reproduções no *Spotify* é o *MTG QUERO VER SE VOCÊ TEM ATITUDE* (DJ Luan Gomes), com 92.266.319 reproduções, sendo que sua obra-fonte, a canção *Cabide* (Martnália, 2006), obteve 53.354.373. As demais canções deste grupo não obtiveram quantidades de reproduções tão expressivas quanto às duas primeiras, o que indica que a estratégia nem sempre surte efeito com relação à popularidade das produções, mas não deixa de utilizar amostras de grandes sucessos: a canção *MTG EU JÁ TE SUPEREI* (DJ Luan Gomes, Karui), com 10.955.517 reproduções, fez pastiche da canção *Recairei* (Os Barões da Pisadinha, 2020) que tem na plataforma 256.011.326 reproduções; o *MTG ZONA DE PERIGO* (LukaG, DJ Juan Gomes, MC Both), com atuais 1.914.267 reproduções contabilizadas na plataforma, é pastiche da canção de axé *Zona de Perigo* (Leo Santana, 2022), obra-fonte com 192.930.235 reproduções; já a quinta e última canção do segundo grupo é a produção *MTG Lençol Dobrado* (João Gustavo e Murilo, Luka G) que, mesmo com uma quantidade não tão elevada de reproduções, representa um caso interessante de pastiche comercial no sertanejo, pois se assemelha mais a um remix que parece ter se aproveitado da onda de sucesso que o MTG causou no mercado fonográfico; mesmo assim, a canção original, *Lençol Dobrado* (João Gustavo e Murilo, 2018) dos

ÍCARO JOSÉ RAMOS PAULO
LÍLIAN SIMONE GODOY FONSECA

mesmos produtores, obteve 315.292.633 reproduções, sendo a mais tocada da dupla sertaneja no *Spotify* e seu referido pastiche é a quinta mais tocada com 369.193.

O último grupo de canções complementa este levantamento, por ser um retrato das interseções que a cultura popular e de massa fazem ao longo das transformações técnicas, nas formas de comercialização do intangível. Isso porque, mesmo incluindo novos vocais, todas as canções derivadas demonstram utilizar do pastiche para alcançar o componente nostálgico de suas obras-fontes - produzidas em épocas em que os CDs e as reproduções em rádios eram as formas de comercializar e divulgar esses produtos - tentando alcançar novos públicos e, principalmente, acessar a atenção dos que já têm esse capital cultural consolidado, pela frequência que essas obras figuram nas paredes de suas memórias.

Sem mais delongas, as músicas escolhidas para exemplificar esse cenário são: o *MTG Menina Veneno* (DJ Hugo CS, MC Gw), que obteve 32.701.187 reproduções fazendo pastiche da canção *Menina Veneno* (Ritchie, 1983), detentora de 63.905.996 reproduções; o *MTG COLO DE MENINA* (DJ Luan Gomes), com 17.718.768 reproduções, fazendo pastiche de *Colo de Menina* (Rastapé, 2000), obra-fonte com 36.077.379 reproduções; a terceira canção alcançou 16.463.722 reproduções, sendo o *MTG Tropicana* (DJ Luan Gomes, Loirin prod, Alceu Valença) que se inspirou na popular canção *Tropicana* (Alceu Valença, 1982), obra com 90.614.981 reproduções; *MTG Morango do Nordeste* (MJ Records, Humberto & Ronaldo, MC Mininin, DJ Nattan, Jai No Beat) conta com 2.488.232 reproduções e contém amostra do sucesso nacional *Morango do Nordeste* (Karametade, 2000), que tem 33.394.978 reproduções na plataforma; com 10.663.179 reproduções, a canção *Sandra Rosa Madalena “A Cigana”* (Sidney Magal, 1978), recebeu a homenagem na forma do *MTG Quero Vê-la Dançar* (SUSPECTUS, DJ WS), que alcançou 1.438.562 reproduções contabilizadas; a penúltima canção listada neste grupo é o *MTG Sinônimo de Amor é Amar* (Jackarezin, Sr. Nescau), que atingiu 1.375.989 reproduções fazendo pastiche do sucesso sertanejo *Sinônimo* (Chitãozinho & Xororó, Zé Ramalho, 2004), canção que obteve 114.679.559 reproduções; a última canção é um caso especial cuja obra-derivada é o *MTG Boate Azul* (DJ Lucas Beat, MC Matheuzim, DJ Braga Oficial, Joaquim e Manuel), com

ÍCARO JOSÉ RAMOS PAULO
LÍLIAN SIMONE GODOY FONSECA

139.729 reproduções, que deriva da canção *Boate Azul* (Joaquim e Manuel, 2003) com 2.777.978 reproduções, mas se trata, também, de um caso de pastiche, pois a canção foi originalmente gravada por Benedito Saviero, em 1963, artista não encontrado na plataforma de *streaming*; a canção *Boate Azul* obteve outras homenagens comerciais, como o exemplo da feita pela dupla sertaneja Bruno & Marrone, lançada em 2001, sendo uma produção que alcançou 113.288.638 reproduções e que, ainda, figura nos palcos de muitos shows de sertanejos – e até de outros gêneros – por se tratar de expressão artística muito bem recebida na cultura popular e de massas, desde seu lançamento.

Esta tendência de utilização de *samples* de canções já consolidadas no mercado musical, com resultados em forma de reproduções nas plataformas de *streaming* audiovisual, se reforça com a observação de inúmeras produções de sucesso no capitalismo tardio, especificamente no *showbusiness* norte-americano. Em 2011, foi lançada a música *On The Floor*, de Jennifer Lopez e Pitbull, que alcançou 647.360.262 reproduções no *Spotify*, contendo amostras da canção *Chorando se Foi*, de 1989, do grupo brasileiro Kaoma que, por sua vez, transformou em lambada um pastiche da canção *Llorando se Fue*, lançada em 1981 pelo grupo boliviano Jos Kjarkas. No ano seguinte, 2012, o rapper Pitbull, agora em parceria com Christina Aguilera, lançou a música *Feel This Moment*, que obteve 758.935.443 reproduções, música que contém amostras da obra-fonte *Take on Me*, lançada em 1985 pelo grupo A-Ha e com 2.116.765.312 reproduções apenas no *Spotify*, considerando que esse valor pode ser muito maior já que foi um grande sucesso antes de constar no catálogo da plataforma. Já em 2019, temos o exemplo da canção *RITMO*, fruto da parceria entre o grupo Black Eyed Peas e o cantor J Balvin para a trilha sonora do filme *Bad Boys For Life* (Adil El Arbi, Bilall Fallah, 2020), que alcançou 985.716.676 reproduções e utilizou uma amostra da canção *The Rhythm of the Night*, lançada pela banda italiana Corona em 1993, que obteve grande sucesso fazendo parte da trilha sonora de diversas obras audiovisuais, como o jogo *Grand Theft Auto V* e que, também, fez pastiche utilizando em sua composição parte da canção *Playing With Knives*, do grupo Bizarre Inc, lançada um ano antes.

A esta altura, não parece impressionante que esses elevados resultados estejam associados aos sucessos que as obras-fonte obtiveram, sendo que tais

ÍCARO JOSÉ RAMOS PAULO
LÍLIAN SIMONE GODOY FONSECA

sucessos do passado foram codificados para se encaixarem aos novos suportes midiáticos. Em produções brasileiras, assim como nos exemplos trazidos da prática de funk MTG, muitas canções já haviam alcançado grande sucesso de forma semelhante, como é o caso da canção *Na Hora de Amar* (72.666.246 reproduções), lançada pelo cantor sertanejo Gusttavo Lima em 2018, inspirada em *Spending My Time* (180.094.953 reproduções), hit do grupo Roxette de 1995; a canção *Vidro Fumê* (3.790.843 reproduções), lançada em 2019 pelo MC Th, fazendo pastiche do sucesso mundial *Californication* (1.531.655.286 reproduções) da banda Red Hot Chili Peppers, lançada em 1999. E, por fim, a canção *Toca o Trompete* (191.995.011 reproduções), lançada por Felipe Amorim em 2023, com compassos da canção *Hey Ya!* da dupla Outkast, sucesso produzido no ano de 2003, que alcançou no Spotify 1.466.120.991 reproduções.

As reproduções, que são chamadas pela plataforma em seu site de *streamings*, são contabilizadas em acumulado, ou seja, desde o lançamento e atualizadas uma vez ao dia, sendo que cada reprodução só será contabilizada seguindo alguns critérios, sobretudo, se o ouvinte escutar a música por pelo menos 30 segundos, as músicas baixadas no aplicativo também são contabilizadas e, com relação a músicas com participações de outros artistas, a contabilização ocorre apenas para o criador principal e as divisões de *royalties* daquele produto fica a cargo do contrato com a gravadora. (Spotify, 2024a, 2024b, 2024c). É interessante observar, principalmente no que tange às recentes produções de funk MTG, que muitas canções alcançam sucesso em poucos dias e mesmo quando retiradas da plataforma - por algum impedimento relacionado aos criadores das obras-fonte – são de novo rapidamente disponibilizadas pelos produtores, com outro nome de fácil associação, para continuarem a conquistar o máximo de *streamings* possíveis. Essa nova modalidade de monetização em relação a uma obra vai ao encontro da constatação de Lipovetsky e Serroy (2015, p. 55), sobre o audiovisual, de que, segundo o Centre National de la Cinematographie, 80% da receita de uma mercadoria é adquirida nos primeiros dias, semanas ou meses após seu lançamento.

Discussão

ÍCARO JOSÉ RAMOS PAULO
LÍLIAN SIMONE GODOY FONSECA

É inegável que plataformas digitais como a *Spotify* redefinem a experiência musical, frequentemente proporcionando uma sensação de descoberta que é, ao mesmo tempo, nostálgica e singular. A pesquisa sobre músicas na era do *streaming*, de Pedro Moschetta e Jorge Vieira (2018, p. 264), indica que a descoberta musical, mesmo que fomentada por algoritmos, é resultado da correlação entre estruturas sociais e tecnológicas e os gostos musicais dos usuários, podendo ser ampliada pela serendipidade, o ato de descobrir coisas agradáveis por “acaso”. O estudo ainda sintetiza a preocupação de diversos pesquisadores sobre a previsibilidade programada em *streamings* com conteúdos criados para multidões, podendo criar bolhas virtuais ou criar aversão ao diferente, mantendo os usuários “restritos” a conteúdos que trazem maior familiaridade (2018, p. 268), já que as músicas são capazes de provocar sensações e lembranças (2018, p. 276).

Assim, vemos que, em um novo produto que é capaz de agradar e que é consumido imediatamente - devido à facilidade de acesso -, existem componentes como o apelo nostálgico que, através do pastiche, provocam sensações nos usuários. Essas sensações que acompanham as mercadorias representam cargas criativas específicas que acessam o capital cultural (emocional) dos indivíduos. As novas produções nesses moldes contêm esse apelo que se conecta às memórias e recordações, transtextualidades que só são possíveis devido ao componente sentimental almejado pelos produtores (mesmo que de forma não planejada e apenas por moda ou influência da repetição).

No estudo de Oliveira *et al.* (2022), um conjunto de dados com informações temporais sobre sucessos musicais no Brasil, MUHSIC-BR⁹, é apresentado e dividido entre períodos denominados Era Física, de 1990 a 2015, e Era Digital, de 2016 a 2020, em que é possível entender melhor os padrões de sucesso na indústria musical, por meio da modelagem de séries temporais na identificação de faixas musicais “quentes”, as com altas chances de se tornarem *hits*. O estudo identificou também que a maioria dos artistas no *Spotify*, cerca de 90%, têm entre

⁹ *Music Oriented Hot Streak Information Collection* é um conjunto de dados aberto com informações temporais de *hits* dos Estados Unidos e que, a partir do artigo *Dataset Showcase Workshop* do 36º Simpósio Brasileiro em Bases de Dados, foi ampliado para reunir dados de sucessos musicais no Brasil entre 1990 e 2020. Mais detalhes da metodologia no artigo *Musical Success in the United States and Brazil: Novel Datasets and Temporal Analyses*.

ÍCARO JOSÉ RAMOS PAULO
LÍLIAN SIMONE GODOY FONSECA

um e dois períodos de sucesso em suas carreiras, sendo cada período com duração média de 52 semanas. Esse resultado indica que, em uma carreira musical cujo suporte exclusivo das canções seja o *Spotify*, os dois períodos da carreira em que o artista esteve em “sucesso” contêm os “hits” no modelo de negócios da empresa, e os demais períodos, em que usuários-ouvintes muito ‘nichados’ permanecem escutando com determinada frequência as canções desse artista, são os períodos em que esse produto entra para uma enorme prateleira de outras opções de gêneros e estilos musicais. Se novos artistas, em algum momento, utilizam trechos de antigos *hits*, fragmentando as referências dessas mercadorias – que podem ter decorado momentos marcantes dos ouvintes ou apenas terem sido executados incontáveis vezes no rádio – os royalties da reprodução dessa nova canção podem ser compartilhados com os produtores originais, através de contratos prévios ou não. Assim, o modelo de negócios permanece em pleno funcionamento e o pastiche usado a seu serviço de forma técnica.

As letras das músicas de grande sucesso no Brasil vêm se tornando mais repetitivas ao longo das últimas décadas, como aponta Trindade *et al.* (2021), e não é difícil compreender que técnicas já estabelecidas no meio musical são amplamente exploradas com a finalidade de criar canções de sucesso. Assim, o pastiche, como manifestação artística, por não passar de mais uma forma de repasse de significados acaba sendo utilizado como transmissor de referências já conhecidas e valores emocionais para comercialização aos moldes da constatação de Adorno e Horkheimer (1985). O componente emocional de canções que fazem pastiche de outras obras, sejam quais forem e em seus mais diversos suportes, pode ser trabalhado de diferentes formas técnicas na criação de algo que não seja apenas “novo”, mas também comercial e com potencial de altos retornos – imediatos, se for *hit* – devido à familiaridade que os ouvintes/usuários/apreciadores/consumidores têm com a obra “original”. Essa relação entre texto fonte e texto derivado para Buzato *et al.* (2013, p. 1215-1216) é entendida, no campo da Linguística Aplicada, como formas de transtextualidade na cultura digital, que representam o hibridismo proveniente das transformações nas dinâmicas culturais. A partir da análise de técnicas de produção, teorias e métodos criativos como o *remix*, o *mashup*, a paródia e o pastiche, esse estudo apontou que o procedimento operacional

ÍCARO JOSÉ RAMOS PAULO
LÍLIAN SIMONE GODOY FONSECA

prioritário desses métodos¹⁰ é a ação “copiar e colar ou, no jargão dos músicos, *samplear*, isto é, digitalizar uma amostra de um objeto fonte, a qual pode vir a tornar-se um padrão ou motivo a ser colado diversas vezes em fases posteriores de processos específicos de composição vertical ou horizontal” (Buzato *et al.* 2013, p. 1198)¹¹.

Conclusão

No presente estudo, buscou-se analisar uma amostra de canções com sincopagens explícitas entre obras-fonte e obras-derivadas, a fim de apontar a sampleagem como a forma técnica do pastiche na indústria fonográfica e, junto a isso, fazer uma análise com base na crítica à Indústria Cultural desse fenômeno, que acompanha a era da reproduzibilidade técnica. As descobertas indicam que o pastiche não é um aprisionamento ao passado, que denuncia o esvaziamento da criatividade nos tempos pós-modernos, nem tão pouco é apenas uma nova forma de apresentação de mercadorias antigas que se popularizaram, mas, sim, é um fenômeno que comprova a recepção banalizada da fragmentação de elementos culturais que, aplicados de forma repetitiva e com apelo nostálgico, colaboram na adequação de mercadorias à atual lógica digital de oferta e demanda de produtos.

Na música, a influência entre canções ocorre o tempo todo e em diversas fases do processo criativo e representa uma forma de diálogo contínuo entre a cultura e as formas de arte. A originalidade musical criada por artistas como, por exemplo, James Brown, reconhecidamente influenciador da música negra dos Estados Unidos, na década de 1960, da qual, inclusive, derivou o funk, pode vir a ser reconhecida em novas práticas como o funk MTG, através das transformações

¹⁰ É interessante observar que atualmente existem composições musicais feitas a partir do uso de inteligências artificiais (IAs) generativas, cujo método de produção prescinde de equipamentos de *sampleagem* específicos e utiliza obras já disponibilizadas no ciberspaço, funcionando com base em comandos, instruções (prompts) cada vez mais simplificadas.

¹¹ O estudo esclarece, também, que a sequenciação ou a intercalação correspondem a montagens horizontais e a sobreposição ou composição a montagens verticais e, ainda, evidencia que, segundo Navas (2010), *remix* e *mashup* são denominações de produtos concretos que podem ser classificados como *remix* seletivo ou estendido (versões prolongadas da obra-fonte), *remix* reflexivo (deforma e reelabora a obra-fonte, subvertendo-a sem ocultar a referência), *remix* regenerativo/*mashup* de serviços (colagens de conteúdos de várias obras-fontes) e *mashup* de conteúdo (os que remetem à obra-fonte de forma necessariamente mais explícita, quase como a paródia).

técnicas na produção. No entanto, o que impressiona é o uso de técnicas como o pastiche sendo banalizadas para impulsionarem a entrega de resultados comerciais e produtivistas que a ordem frenética do mercado das novidades exige nos dias de hoje. Os artistas e produtores que, numa mistura de origens e estilos, reconhecem e reinterpretam influências do passado de forma criativa – cujo resultado não deixa de ser original - têm como parâmetro criativo os componentes emocionais de consumo, que derivam da massa de significações retroalimentada pela Indústria Cultural na cultura de massa, fazendo, cada vez mais, o todo parecer uma grande repetição de textos em formatos fragmentados e adaptados à realidade técnica de cada época, algo que será ainda mais adensado com o uso das IAs, também, no processo de composição musical.

Referências

- ADORNO, Theodor; HORKHEIMER, Max. **Dialética do Esclarecimento:** fragmentos filosóficos. Rio de Janeiro: Zahar, 1985.
- ADORNO, Theodor W.; DE ALMEIDA, Jorge Miranda. **Indústria cultural e sociedade.** São Paulo: Paz e Terra, 2002.
- BENJAMIN, Walter. **A obra de arte na era de sua reproduzibilidade técnica.** L&PM Editores, 2018.
- BUZATO, Marcelo El Khouri *et al.* Remix, mashup, paródia e companhia: por uma taxonomia multidimensional da transtextualidade na cultura digital. **Revista Brasileira de Linguística Aplicada**, v. 13, p. 1191-1221, 2013. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rbla/a/TWBy5pgGyzbmkX9jgdN7cWg/>. Acesso em: 13 ago 2024.

FERREIRA, Paulo Cardoso; LACERDA, Alexandre Mota; RIOS, José Riverson Araújo Cysne. **Sertanejo e streamings:** um estudo da cauda longa da indústria musical. 2017. Disponível em:

PASTICHE EM SAMPLEAGEM: TENDÊNCIAS TÉCNICAS ENTRE O ORIGINAL E CÓPIA NA
COMERCIALIZAÇÃO DO INTANGÍVEL

ÍCARO JOSÉ RAMOS PAULO
LÍLIAN SIMONE GODOY FONSECA

https://repositorio.ufc.br/bitstream/riufc/44731/1/2017_eve_pcferreira.pdf. Acesso em:
20 ago 2024.

GOMES, Carolina *et al.* Spotify: *streaming* e as novas formas de consumo na era digital. In: **Anais do XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste**. Natal. 2015. p. 1-11. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nordeste2015/resumos/R47-2598-1.pdf>. Acesso em: 26 ago 2024.

JAMESON, Fredric. **A virada cultural**: reflexões sobre o pós-modernismo. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2006, 317p.

LIPOVETSKY, Gilles; SERROY, Jean. **A estetização do mundo: viver na era do capitalismo artista**. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.

MOSCHETTA, Pedro Henrique; VIEIRA, Jorge. Música na era do streaming: curadoria e descoberta musical no Spotify. **Sociologias**, v. 20, p. 258-292, 2018. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/soc/a/5XZxPbPwL7VhPdhLgbmzfF/>. Acesso em: 13 ago 2024.

MOUTINHO, Renan Ribeiro. Montagens de funk carioca: processos afrodispóricos com o ciclo rítmico do congo, a capoeira e o maculelê. **OPUS**, v. 28, p. 1-40, 2022.

NEIVA, Eduardo. **Dicionário Houaiss de comunicação e multimídia**. Houaiss, 2013.

OLIVEIRA, Gabriel P.; BARBOSA, Gabriel R. G.; MELO, Bruna C.; BOTELHO, Juliana E.; SILVA, Mariana O.; SEUFITELLI, Danilo B.; MORO, Mirela M. Musical Success in the United States and Brazil: Novel Datasets and Temporal Analyses. **Journal of Information and Data Management**, [S. I.], v. 13, n. 1, 2022. DOI: 10.5753/jidm.2022.2350. Disponível em: <https://journals->

ÍCARO JOSÉ RAMOS PAULO
LÍLIAN SIMONE GODOY FONSECA

<sol.sbc.org.br/index.php/jidm/article/view/2350>. Acesso em: 7 ago. 2024. Acesso em:
07 ago 2024.

ROSA, Daniela. “Árvore seca é nós”: Territórios e temporalidades nas montagens do
funk carioca. ILUMINURAS, v. 24, n. 67, 2024.

SPOTIFY, © 2024 Spotify AB, **Como os streams são calculados**, 2024c.
Disponível em: <https://support.spotify.com/br-pt/artists/article/how-we-count-streams/>.
Acesso em: 02 nov. 2024.

SPOTIFY, © 2024 Spotify AB, **Contagem de streams em tempo real**, 2024a.
Disponível em: <https://support.spotify.com/br-pt/artists/article/live-stream-count/>.
Acesso em: 02 nov. 2024.

SPOTIFY, © 2024 Spotify AB, **Quando as estatísticas são atualizadas no Spotify
for Artists**, 2024b. Disponível em: <https://support.spotify.com/br-pt/artists/article/when-stats-update/>. Acesso em: 02 nov. 2024.

TEIXEIRA, José Carlos. A narrativa da montagem do funk carioca no cotidiano
escolar. Educação & Sociedade, v. 36, n. 131, p. 517-532, 2015.

TRINDADE, Italo Lourenço; RESENDO, Leandro Colombi; ANDRADE, Jefferson
Oliveira; KOMATI, Karin S.. Análise das Letras das Músicas Brasileiras mais
Tocadas nas Rádios das Últimas Seis Décadas. *In: WORKSHOP DE TRABALHOS
DE ALUNOS DA GRADUAÇÃO (WTAG) - SIMPÓSIO BRASILEIRO DE BANCO DE
DADOS (SBBB)*, 36., 2021, Rio de Janeiro. Anais [...]. Porto Alegre: **Sociedade
Brasileira de Computação**, 2021. p. 1-7. DOI:
https://doi.org/10.5753/sbbd_estendido.2021.18155.