
“BOB CLANDESTINA”: AGÊNCIA, DESTRUIÇÃO E TRANSFORMAÇÃO NO SOM AUTOMOTIVO

“BOB CLANDESTINA”: AGENCY, DESTRUCTION AND TRANSFORMATION IN CAR AUDIO

“BOB CLANDESTINA”: AGENCIA, DESTRUCCIÓN Y TRANSFORMACIÓN EN EL AUDIO DEL AUTOMÓVIL

Leonardo Santos da Rosa¹

<https://doi.org/10.5935/2358-3541.2024152163-pt>

Resumo

Este artigo analisa como jovens do Vale do Taquari/RS transformam a potência sonora do som automotivo em linguagem expressiva através da performance digital, focando na trajetória de Carlos, adolescente que construiu a "Bob Clandestina do Silva", um aparelho de som - *soundsystem* artesanal. O objetivo é compreender como a documentação digital de rupturas materiais causadas pelo som se converte em capital simbólico nas redes sociais. Articulamos a teoria da arte de Alfred Gell interpretando os vídeos como índices de agência em segunda ordem: o artefato sonoro causa efeitos no mundo material e a gravação digital desses efeitos constitui novo índice que medeia a relação entre criador e audiência. A metodologia combinou a etnografia em eventos de som automotivo e no cotidiano de Carlos com análise sistemática de sua produção nas redes sociais. A falha técnica - do sensor da câmera distorcido pelo grave e/ou de objetos físicos afetados - paradoxalmente torna-se evidência de sucesso, estabelecendo gramática visual específica.

Palavras-Chave: som automotivo; agência; antropologia da arte.

Abstract

This article analyzes how young people from the Vale do Taquari/RS transform the sonic power of *som automotivo* into an expressive language through digital performance, focusing on the trajectory of Carlos, a teenager who built the "Bob Clandestina do Silva," a handmade sound system. The aim is to understand how the digital documentation of material ruptures caused by sound becomes symbolic capital on social media. We articulate Alfred Gell's art theory by interpreting the videos as indexes of second-order agency: the sonic artifact produces effects in the material world, and the digital recording of these effects constitutes a new index that mediates the relationship between creator and audience. The methodology combined ethnography at *som automotivo* events and in Carlos's daily life with a systematic

¹ Mestrando no Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social (UFRGS). E-mail: leonardosdarosa@gmail.com.

analysis of his social media production. Technical failure—whether a camera sensor distorted by bass or physical objects affected—paradoxically becomes evidence of success, establishing a specific visual grammar.

Keywords: automotive sound; agency; anthropology of art.

Resumen

Este artículo analiza cómo los jóvenes del Valle del Taquari/RS transforman la potencia sonora del *som automotivo* en un lenguaje expresivo a través de la performance digital, centrando la atención en la trayectoria de Carlos, un adolescente que construyó la “Bob Clandestina do Silva”, un equipo de sonido —*soundsystem* artesanal. El objetivo es comprender cómo la documentación digital de rupturas materiales causadas por el sonido se convierte en capital simbólico en las redes sociales. Articulamos la teoría del arte de Alfred Gell interpretando los videos como índices de agencia de segundo orden: el artefacto sonoro produce efectos en el mundo material y la grabación digital de esos efectos constituye un nuevo índice que media la relación entre creador y audiencia. La metodología combinó la etnografía en eventos de *som automotivo* y en el cotidiano de Carlos con un análisis sistemático de su producción en las redes sociales. La falla técnica —ya sea del sensor de la cámara distorsionado por los graves o de objetos físicos afectados— se convierte, paradójicamente, en evidencia de éxito, estableciendo una gramática visual específica.

Palabras Clave: sonido automotriz; agencia; antropología del arte.

INTRODUÇÃO: A MÃO, A CAIXA E A DISTORÇÃO

Bomber Atrack 550rms, Módulo
hd2000/ts400x4, crossover JFA x3.²
(Bob Clandestina do Silva).

No computador na mesa de seu pequeno quarto de madeira, um vídeo de *Minecraft* no YouTube é pausado. Era final de tarde em Taquari, pequena cidade do interior do Rio Grande do Sul, quando Carlos³, ansioso para demonstrar a *Bob Clandestina do Silva*⁴, aumentou gradativamente o volume até o 62⁵, o máximo. Não foram mais do que cinco segundos, mas o suficiente para que a pressão sonora fizesse a chave da porta cair. "Não tá nem na metade" enquanto ajusta o controle que carrega pendurado no pescoço. Carlos havia construído sozinho um *soundsystem* capaz de provocar rupturas físicas no ambiente, documentando esses momentos em vídeos que acumulam milhões de visualizações nas suas páginas - e consequentemente, nas páginas da Bob - no TikTok e Instagram. Este é um primeiro ponto: Carlos e seu aparelho de som se confundem em níveis de ordem e grau, de obra e autor, se sobrepondo como se fossem uma mesma parte de um só ente.

O vídeo de Carlos começa no meio da ação. A câmera do celular, trêmula e em constante movimento, foca em sua Bob. A música funk, com um grave cuja pulsação é tanto sentida quanto ouvida, em compassos ritmados, preenche o ambiente e o deforma fisicamente. A cada batida, a imagem se contrai e distorce, um efeito colateral da pura pressão sonora que faz vibrar o próprio ar, o corpo, a casa e o sensor do aparelho que a registra. O corpo de Carlos está ausente. Não há rosto. Ele se oculta.

² Especificações técnicas na descrição do perfil nas redes sociais da Bob Clandestina.

³ Nome fictício.

⁴ Nome fictício.

⁵ 62 é o limite que normalmente os aparelhos de som alcançam dentro do som automotivo devido a especificações técnicas dos fabricantes. Dentro desse universo, trocadilhos sobre "colocar o som no 100" são recorrentes.

Sua presença se manifesta apenas por um instante, quando sua mão entra em quadro para apertar o botão do controle de som até o volume máximo, um gesto de comando que intensifica a performance da máquina. O vídeo, disseminado no espaço digital, encapsula o problema central deste artigo: a complexa relação entre identidade, agência, ocultação humana e o objeto sonoro no universo do som automotivo. Cabe ressaltar que não buscamos aqui identificar “questões sociais” por trás da prática artística, como se esta fosse simplesmente a expressão de conflitos externos. Ao contrário, argumentamos que as questões sociais, sejam elas disputas por prestígio, estratégias de legitimação e negociação, estão concretizadas e operando através do próprio processo artístico, sensorial e técnico. Assim, a performance de Carlos não representa relações sociais e sim as constitui e as transforma.

Esta etnografia parte de um extrato da dissertação do autor em antropologia social na UFRGS, atualmente em construção. A presente pesquisa tem como objetivo analisar a persona digital e a performance audiovisual de Carlos, um de nossos interlocutores do trabalho em campo, a partir de seu perfil nas redes sociais que carrega o seu sobrenome paterno: “Bob Clandestina do Silva”. Com mais de 155 mil seguidores, seus vídeos mais visualizados alcançam mais de 1,8 milhão de visualizações nas redes sociais, gerando até 3 mil reais em monetização. Utilizaremos um arcabouço teórico que articula a antropologia da arte e os estudos do som para aprofundar a análise. Para isso, mobilizamos conceitos como a teoria da agência e encantamento de Alfred Gell (2005, 2018), que nos permite pensar os objetos como extensões da pessoa, os estudos sobre a materialidade do som (Reis, 2009), que o tratam como um campo de significados sociais e a noção do “pensamento selvagem” e bricolagem de Lévi-Strauss (1989 [1962]) que informa a expertise técnica dos praticantes. Esta pesquisa busca, portanto, ir além da superfície do ruído para compreender como, no universo do som automotivo, o som torna-se seu principal porta-voz e agente no mundo

O FENÔMENO DO SOM AUTOMOTIVO: CONTEXTOS E TENSÕES

Para compreender a performance de Carlos e consequentemente sua Bob, é fundamental situá-la. A cultura do som automotivo no Brasil não é uma prática isolada, mas um fenômeno social complexo, com hierarquias, estéticas e conflitos próprios (Morais, 2019; Santos, 2022). Práticas sonoras móveis constituem tecnologias de resistência e afirmação identitária em contextos distintos na contemporaneidade. É

um universo onde a tecnologia, a identidade e o espaço público se encontram em constante tensão, moldando as ações e representações de seus participantes. Este fenômeno de tecnologia e criação de eventos sonoros comunitários (seja na área urbana ou rural) não é exclusivo do Brasil, possuindo paralelos fascinantes em outras culturas pós-coloniais e “periféricas”.⁶ O gosto e a qualidade sonora são definidos por parâmetros técnicos precisos - grave, médio e agudo - que são manipulados para atender às exigências de diferentes estilos musicais e preferências regionais. A potência sonora não é apenas um fim em si mesmo, mas um meio para alcançar uma experiência estética e sensorial específica em que o carro e o sistema de som se fundem em uma única máquina.

Na região do Vale do Taquari, onde nasce o trabalho etnográfico, o som automotivo articula-se através de equipes como a "Sem Silêncio", "Extraterrestres", "Turma da Base" e "Perde o Rumo".⁷ Espalhado pelo Brasil, o som automotivo possui uma vasta gama de diferenciações de região para região do país, seja em curadoria musical, organização e contextos múltiplos de prática coletiva e social. Nosso recorte parte do som automotivo gaúcho, mais precisamente da cidade de Taquari, onde os praticantes se organizam por meio de equipes de som automotivo como as mencionadas, cada uma a sua maneira (uniformizadas, com suas próprias normas internas, estratégias de ocupação, etc.) que funcionam como coletivos de apoio mútuo, compartilhando recursos, conhecimentos, disputas e prestígio.

O fenômeno do som automotivo no interior do Rio Grande do Sul revela transformações significativas nas formas de produção e circulação de prestígio entre, sobretudo, jovens do interior do estado. Se tradicionalmente a cultura do som automotivo estava atrelada à posse de veículos modificados, casos como o de Carlos, demonstram como *soundsystems* portáteis e a mediação das redes sociais criam novos circuitos de reconhecimento. A Bob Clandestina, com a bateria carregada e

⁶ Sobre a genealogia e análise antropológica/sociológica das culturas de soundsystem, ver: para o caso seminal da Jamaica, a obra de HENRIQUES, Julian. *Sonic Bodies: Reggae Sound Systems, Performance Techniques, and Ways of Knowing*. London: Continuum, 2011; para a cultura dos *picós* na Colômbia e sua relação com identidade racial, ver WADE, Peter. *Music, Race, and Nation: Música Tropical in Colombia*. Chicago: University of Chicago Press, 2000; e para um estudo acadêmico comparativo global, que situa os *DJ trucks* indianos ao lado de outras tecnologias sônicas de rua, ver o projeto SONIC STREET TECHNOLOGIES (SST). Goldsmiths, University of London. Disponível em: <https://sonic-street-technologies.com/>. Acesso em: 3 nov. 2025.

⁷ Nomes fictícios.

controle em mãos, pode ser transportada em qualquer veículo⁸, democratizando parcialmente o acesso a esse universo cultural enquanto estabelece novas hierarquias baseadas na habilidade técnica e na performance digital. Parcialmente a princípio, pois o carro é uma consequência, uma questão de tempo. Naturalmente, a Bob Clandestina terá seu local fixo-móvel através do seu primeiro carro que Carlos visa adquirir.

A trajetória de Carlos com o som começou através de uma herança. Seu pai, que "mexia com som", faleceu em um acidente de carro. Após a perda, Carlos se apegou ainda mais ao universo sonoro, iniciando a construção de seus próprios sistemas que carregam o sobrenome paterno. O processo começou com uma caixa Trio⁹, herdada de um primo que tinha uma banda de *Heavy Metal*. Quando a banda acabou, Carlos apropriou-se do equipamento, iniciando um processo de aprendizagem autodidata através de vídeos no YouTube. O conhecimento técnico acumulado por Carlos contrasta com as práticas de seus pares. Enquanto um amigo com melhores condições financeiras "mandou fazer" em oficinas de som automotivo especializadas sua caixa e até produzir um CD próprio com um DJ profissional (prática comum entre as equipes de som automotivo), Carlos orgulha-se de ter economizado "uns 2 mil" construindo sozinho sua Bob. Essa autonomia técnica fundamenta sua autoridade no grupo, transformando limitações econômicas em capital simbólico. Felipe¹⁰, seu amigo, comprou a antiga caixa trio de Carlos e o segue como aprendiz. A relação mestre-aprendiz estabelece-se por meio do compartilhamento de saberes práticos sobre conexões, voltagens e potência. O controle pendurado no pescoço é

⁸ Há uma preferência tanto prática como estética pela escolha do carro. Há carros que não comportam, não combinam, ou melhor, "carros de boy", que possuem preferências entre os praticantes do som automotivo. Por exemplo, um *Renault Kiwid* não comportaria um som automotivo como a Bob Clandestina e um *Hyundai HB20* é normalmente classificado como um carro não esteticamente bem visto para ser reconhecido no meio.

⁹ As caixas Trio e Bob são sistemas de som amplamente difundidos na cultura sonora automotiva brasileira. A caixa Trio caracteriza-se por um sistema de três vias de frequência integradas em uma única estrutura, composto por: woofer ou subwoofer para reprodução de graves (20Hz a 2,5kHz), driver de compressão para frequências médias e reprodução vocal (250Hz a 10kHz), e tweeter para agudos (2kHz a 20kHz), geralmente construída sua estrutura de maneira artesanal em MDF ou compensado com revestimento em carpete. A caixa Bob representa uma "evolução" compacta do sistema trio, mantendo a configuração de três vias em design vertical otimizado para espaços reduzidos. Originalmente desenvolvida para uso automotivo, a caixa bob expandiu-se para aplicações residenciais, incorporando recursos modernos como conectividade Bluetooth, entradas USB/SD e amplificação integrada, tornando-se um equipamento versátil que transita entre os ambientes veicular e doméstico, atendendo tanto ao som automotivo quanto consumidores que buscam soluções práticas de áudio residencial com potência elevada.

¹⁰ Nome fictício.

uma insígnia dessa expertise entre os pares, marcador visual presente em todos os seus vídeos e entre os praticantes do som automotivo.

A prática do som automotivo é um campo de disputas simbólicas e um palco para a luta por hegemonia moral. Como menciona Santos (2022) no caso de Alagoas, “os paredões, emoldurados por uma cultura da ostentação, demarcam posições distintas em hierarquias construídas em torno do cruzamento entre potência econômica e masculina.” (Santos, 2022, p. 21). Assim, de um lado, estão os praticantes, do outro, o que poderíamos chamar de “sociedade do silêncio”, que frequentemente os estigmatiza como “maloqueiros”, “criminosos” ou “baderneiros”. Essa tensão transforma o ato de ligar o som em um gesto político, uma afirmação de presença no espaço urbano. Nesse contexto, o som e o carro tornam-se poderosos marcadores de status e identidade (e de conflito), especialmente masculina. A potência do equipamento, traz consigo poder econômico e simbólico, estabelecendo hierarquias dentro do próprio grupo (Santos, 2022). Para contrapor a estigmatização, os praticantes de Taquari (as equipes), mobilizam uma estratégia política de enquadrar sua atividade como “hobby”, “cultura”, em oposição à imagem de contraventores. Essa luta por reconhecimento muitas vezes se materializa na busca pela patrimonialização da prática, um esforço para obter legitimação estatal, como no caso de Belém, no Pará, com os paredões (Morais, 2019) e mais recentemente em Taquari.

Essa complexa teia de relações sociais, que oscila entre a paixão e o conflito, forma o pano de fundo sobre o qual as ações individuais se desenrolam. Para a performance de Carlos, é preciso recorrer a ferramentas teóricas que nos ajudem a decifrar a agência dos sujeitos e dos objetos (também como sujeitos) dentro desse campo de forças no contexto gaúcho do som automotivo, categorizando a prática como arte legítima e indissociável da vida cotidiana.

AGÊNCIA, SOM E A LÓGICA DO CONCRETO

Alfred Gell propõe uma antropologia da arte que se afasta das avaliações estéticas para se concentrar nas relações sociais que os objetos de arte medeiam. Para o autor, a arte é um “sistema de ação” (Gell, 2018), e seu estudo deve focar na rede de intencionalidades da qual os objetos fazem parte. Central na teoria de Gell é o conceito de agência. Ele distingue agentes primários (seres humanos com

intencionalidade) de agentes secundários (objetos que atuam como extensões ou manifestações da agência humana).

O objeto de arte, que Gell chama de *índice*, é o vestígio material a partir do qual a agência de um agente primário é *abduzida*, ou seja, inferida (Benassi, 2020, p. 127). Gell argumenta que a identidade de um indivíduo não está contida apenas em seu corpo, mas pode se estender por uma série de objetos. Essa noção de pessoa distribuída sugere que os objetos podem se tornar partes separáveis de uma pessoa, representando-a e agindo por ela no mundo social (Gell, 2018). A eficácia social de um objeto de arte reside na sua capacidade de fascinar o espectador. Gell chama isso de tecnologia do encanto. Um objeto se torna encantador ao exibir uma virtuosidade técnica tão complexa que se torna "indecifrável" para quem o observa. Esse processo, chamado de captação, estabelece uma assimetria de poder entre o produtor do objeto e seu público, que fica "capturado" pela técnica manifestada no índice (Gell, 2018, 2005).

Por sua vez, a abordagem antropológica do som nos permite ir além de seus aspectos físicos. Não nos cabe aqui falar como físicos ou engenheiros de som, mas sim como antropólogos: "Enquanto seres humanos, atribuímos aos sons, por exemplo, como os classificamos ou como os usamos no cotidiano, em suma, como os integramos nas nossas vidas e nas relações com os outros". (Reis, 2009, p. 2).

Uma contribuição fundamental para pensar a experiência sonora vem da crítica do antropólogo Tim Ingold ao conceito de "paisagem sonora" (*soundscape*). Ingold (2007) argumenta que o som não é um objeto a ser percebido, como uma paisagem que se olha à distância. Em vez disso, o som é o próprio meio no qual a percepção do mundo acontece. Assim como não vemos a luz, mas *vemos em* luz, nós não ouvimos o som, mas *ouvimos em* som. Essa perspectiva fenomenológica sugere que a experiência sonora é uma imersão total. Em vez de o corpo internalizar um objeto sonoro externo, Ingold (2007) propõe que o corpo é *ensounded* (envolvido e permeado pelo meio sonoro), ou seja, completamente imerso em som.

Para compreender a expertise técnica de Carlos, também recorreremos à noção de "pensamento selvagem" de Claude Lévi-Strauss (1989 [1962]). Longe de ser uma forma pré-lógica de cognição, trata-se de um "modo universal de operação de pensamento" (Benassi, 2020, p. 49), uma "ciência do concreto" que opera através de uma "comunicação direta entre a natureza, os órgãos da sensibilidade e o intelecto" (Rodrigues, 2015, p. 174 apud Benassi, 2020, p. 49). Esta lógica se manifesta na

figura do *bricoleur*, que Lévi-Strauss contrasta com o engenheiro. O *bricoleur* "trabalha com as mãos" e utiliza um repertório preexistente, limitado e heteróclito de ferramentas e materiais. Ele não projeta um plano abstrato, mas dialoga com os elementos que possui, re combinando-os para criar eventos a partir de estruturas preexistentes. O engenheiro, por outro lado, concebe e fabrica suas ferramentas e materiais especificamente para o projeto em questão, subordinando a matéria a um conceito. Usamos o conceito de arte como um "modelo reduzido", na linguagem de *bricoleur* (Lévi-Strauss, 1989, p. 39) junto à análise da Bob Clandestina.

A Bob opera como modelo reduzido não em primeiro plano por sua portabilidade física em relação aos paredões, mas enquanto materialização de um problema estrutural de a capacidade de traduzir potência sonora em linguagem expressiva. Se considerarmos que todo artefato artístico já constitui modelo reduzido do pensamento (Lévi-Strauss, 1989), a Bob condensa especificamente o desafio da transferência entre códigos (do acústico ao visual, do presencial ao digital) que define a performance audiovisual dos vídeos de Carlos. Este modo de pensar opera de forma coerente, não por meio de abstrações, mas através da manipulação direta de objetos e suas qualidades sensíveis. É um sistema que articula o sensível e o inteligível, criando novas combinações e significados a partir de um repertório finito de elementos materiais (Benassi, 2020).

O praticante do som automotivo, ao combinar alto-falantes, amplificadores e caixas com propriedades específicas para produzir um efeito sonoro desejado, age como um *bricoleur*, um mestre desta lógica do concreto, que contrasta com o conhecimento abstrato de um engenheiro de áudio ou de um artesão.

A MÃO QUE COMANDA, A CAIXA QUE ATUA

A característica mais marcante do perfil e dos vídeos de Carlos é a ocultação deliberada de seu corpo e rosto e a deformação tanto de imagem quanto de som. Essa ausência, contudo, não é um vazio, mas uma sofisticada estratégia de mediação da agência. À luz da teoria de Gell, Carlos opera como o agente primário que, permanecendo nos bastidores, delega a performance pública a dois *índices* principais: (1) A Mão: O único fragmento de seu corpo que aparece, a mão que ajusta o volume, funciona como um traço visível de sua intenção e controle; A mão que conserta, que arruma e move a Bob. É a assinatura de sua agência, o elo causal que conecta o sujeito oculto ao efeito sonoro e visual. (2) A Caixa de Som: A Bob. Ela se torna o

agente secundário que executa a performance, manifestando a potência e o conhecimento técnico de seu criador. Essa delegação culmina em uma fusão de identidades. O perfil “Bob Clandestina do Silva” não é “apenas” Carlos, mas se torna sua persona pública. Temos aqui um exemplo claro do conceito de pessoa distribuída de Gell (2018). A identidade de Carlos se estende para além de seu corpo e se materializa no objeto, que passa a ser uma parte inseparável de sua pessoa no espaço social digital, agindo e acumulando capital simbólico em seu nome.

A estética visual dos vídeos de Carlos (a imagem que se deforma a cada batida do grave e o som “estourado”) é, de certa forma, uma leitura da tecnologia do encanto (Gell, 2005). O efeito não é um defeito técnico, mas uma demonstração deliberada de poder e virtuosismo, uma proeza técnica que fascina e submete o espectador (como em muitos de seus vídeos dos quais carregam comentários neste sentido). Ao assistir aos inúmeros vídeos de Bob/Carlos nas redes sociais, podemos “sentir” a potência sonora de duas formas distintas: Com o som ligado, observamos a imagem estremecer, deformar-se, contrair e expandir. O áudio sai distorcido, “estourado”, ultrapassando os limites técnicos do que poderíamos considerar como uma reprodução/mixagem perfeita. Com o som desligado, ainda assim compreendemos a potência. A própria deformação da imagem funciona como indicativo visual da intensidade sonora.

No universo dos vídeos de som automotivo, essa distorção visual tornou-se uma linguagem própria, pois mesmo em silêncio, sabemos que o grave está “explodindo” porque a deformação da imagem se mantém. Essa tradução do sonoro ao visual revela um desafio fundamental da performance digital. Como os vídeos destinam-se a audiências que não reproduzirão o som através de equipamentos equivalentes (assistindo frequentemente em celulares, por vezes até sem áudio), a potência das caixas não pode mais se afirmar pelo seu núcleo, isto é, a qualidade acústica do grave. A solução é uma codificação visual da distorção da imagem do dispositivo de filmagem e a afetação dos referentes filmados (objetos que caem, tremem, saltam, cabelos que “voam”, etc) tornam-se os índices primários de potência, legíveis mesmo para quem assiste com o celular no mudo.

Estabelece-se assim uma estética do efeito visual que contrasta com a estética da imersão sonora dos encontros presenciais, onde o corpo é diretamente imerso. A performance digital não reproduz a experiência presencial, mas cria um modelo reduzido desse problema de tradução entre códigos, operando sobre ele e fazendo o

espectador experimentar essa impossibilidade de reprodução como prova paradoxal da potência original. O som subjuga a visão, criando uma experiência sensorial total onde a potência sonora é a força organizadora da percepção, estabelecendo uma hierarquia de poder baseada na capacidade técnica do agente oculto.

A habilidade de Carlos para montar, configurar e operar seu sistema de som reflete o que Lévi-Strauss (1989) chamou de pensamento selvagem. Seu conhecimento não opera sob ótica de ausência de abstração ou teoria, mas sim da construção de proposições lógicas sem abdicar do léxico já disponível no mundo material. Carlos articula uma teoria própria, um conjunto de parâmetros (verbalizados ou tácitos) sobre qual som é bom ou ruim, sobre as razões que justificam o investimento de tempo e recursos nessa arte e sobre as disputas que afirmam isso como contra acusações de “vagabundagem” ou “distúrbio”. Essa teoria, contudo, não precede a manipulação material pois ela emerge da prática, do diálogo direto com as propriedades sensíveis dos objetos. Carlos manipula um conjunto finito de “signos”, sejam alto-falantes, amplificadores, caixas e gêneros musicais com base em suas propriedades materiais e qualidades sensíveis para produzir um resultado específico e socialmente eficaz. A montagem da Bob não é só ato técnico, mas também um ato de bricolagem que articula um repertório de objetos para criar um novo e potente sistema de significados e agência.

Ao analisar a performance de Carlos, percebemos que a ocultação do sujeito e a exaltação do objeto não são sinais de anulação. É uma forma de exercer agência e acumular prestígio em um campo social competitivo e estigmatizado, projetando sua identidade e poder em um avatar sonoro que atua em seu lugar e se confunde com ora como Carlos, ora como Bob.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao longo desta pesquisa, buscamos compor a complexa estratégia de construção de identidade que se desenrola na cultura do som automotivo. A aplicação do arcabouço teórico de Alfred Gell, Tim Ingold e Claude Lévi-Strauss nos permitiu adentrar no processo artístico e compreendê-lo como ele próprio constitutivo da gramática social em operação. Não se trata de usar a arte como via de acesso a fatos sociais subjacentes, mas de reconhecer que o próprio fazer artístico, a construção da Bob, a performance visual, a delegação de agência ao objeto, é o processo social em

si, inseparável das disputas por prestígio, das estratégias de legitimação e das formas de presença no mundo digital e físico.

A agência pode ser delegada a objetos, como a proeza técnica pode se tornar uma tecnologia de encanto e como o conhecimento prático reflete uma lógica do concreto. A ideia que emerge desta análise recortada e resumida, que faz parte da dissertação do autor, é que a ocultação do corpo de Carlos e a projeção de sua agência no objeto sonoro presente em seus vídeos constituem uma forma elaborada de navegar em um campo social de prestígio. A Bob Clandestina torna-se uma extensão de sua pessoa, um agente secundário que atua em seu nome, acumulando capital simbólico e performando uma identidade potente e controlada.

A vida social das coisas ganha novas e fascinantes dimensões na era digital. Aqui, um objeto não apenas representa uma pessoa, mas pode se tornar um avatar, um perfil, uma extensão literal de sua identidade na internet. A performance de Carlos é testemunho da capacidade de distribuir a personalidade e a agência através de artefatos, redefinindo as fronteiras entre sujeito e objeto no mundo digital.

REFERÊNCIAS

BENASSI, Giovanna. **Por uma antropologia da arte: contribuições e limitações do pensamento de Alfred Gell (1945-1997)**. 240p. Dissertação (Mestrado em Antropologia Social) – Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2020.

GELL, Alfred. A tecnologia do encanto e o encanto da tecnologia. **Revista Concinnitas**, v. 2, nº 8, 40–63, 2005.

GELL, Alfred. **Arte e agência: uma teoria antropológica**. São Paulo: Ubu Editora, 2018 [1998].

HENRIQUES, Julian. **Sonic Bodies: Reggae Sound Systems, Performance Techniques, and Ways of Knowing**. London: Continuum, 2011

INGOLD, Tim. **Against soundscape**, in E. Carlyle (ed.), *Autumn Leaves: Sound and the Environment in Artistic Practice*. Paris, Double Entendre, 2007, 10-13.

LÉVI-STRAUSS, Claude. **O Pensamento Selvagem**. Campinas: Papirus, 1989 (1962).

MORAIS, Vanessa. M. **O Som Automotivo: Patrimonialização, Política e Mercado**. 167p. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Sustentável do Trópico Úmido) – Universidade Federal do Pará, Belém, 2019.

Reis, Filipe. **A (i)materialidade do som: Antropologia e Sonoridades**. In Paulo Ferreira da Costa (Ed.), *Museus e Património Imaterial. Agentes, Fronteiras, Identidades*. Lisboa: IMC, 2009, 337-351.

SANTOS, Nido F. dos. **Diversão e lutas por valor humano: os circuitos periféricos de som automotivo e as disputas por hegemonia moral nas cidades alagoanas**. 350p. Tese (Doutorado em Sociologia) – Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2022.

Goldsmiths, University of London. **SONIC STREET TECHNOLOGIES (SST)**. Disponível em: <https://sonic-street-technologies.com/>. Acesso em: 3 nov. 2025.

WADE, Peter. **Music, Race, and Nation: Música Tropical in Colombia**. Chicago: University of Chicago Press, 2000.