

## **“Hoje em Dia Qualquer um Pode Ser DJ”: Práticas de Consumo Musical Online e Distinção em Cenas de Música Eletrônica<sup>1</sup>**

**Beatriz Polivanov<sup>2</sup> e Bruno de Souza Filho<sup>3</sup>**

**Universidade Federal Fluminense – UFF**

### **Resumo**

Buscamos neste artigo discutir sobre os modos através dos quais novos meios de consumo de música online estariam rearticulando valores importantes para as cenas de música eletrônica relacionadas, por um lado, ao papel de sites de redes sociais como mediadores fundamentais para tais cenas e, por outro, a uma ideia de popularização da figura do DJ. Para tal, foi aplicado questionário online a mais de 100 participantes dessas cenas e foram realizadas 5 entrevistas presenciais. Destaca-se a relevância de pensar as reconfigurações de cenas musicais em contextos virtuais e de marcas de distinção através desses ambientes.

**Palavras-chave:** consumo musical online; distinção; cenas de música eletrônica.

### **I. Introdução**

Boa parte da bibliografia que explora as relações entre tecnologia e música e, particularmente, entre a internet<sup>4</sup> e a música eletrônica, está focada em questões como as “formas de comunicação no ciberespaço” e socialidade (SOUZA, 2009), a reconfiguração do circuito de produção, circulação e consumo da indústria fonográfica (SÁ, 2003), os “processos e práticas sociais de comunicação, produção e divulgação/distribuição de informações no contexto da cibercultura” (AMARAL, 2007) ou ainda os “conflitos, disputas pelo poder e estabelecimento de hierarquias” em comunidades virtuais (SÁ e DE MARCHI, 2005).

Tais trabalhos, dentre outros, fundamentam no Brasil relevantes aspectos sobre as disputas simbólicas que envolvem a produção, circulação e consumo de música online em cenas de música eletrônica, através principalmente de práticas comunicativas que deixam rastros em diversos ambientes do ciberespaço. O conceito

---

1 Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho 06 – Mercado de Entretenimento e da Música na Cibercultura, do VIII Simpósio Nacional da ABCiber, realizado pelo ESPM Media Lab, nos dias 03, 04 e 05 de dezembro de 2014, na ESPM, SP.

2 Pós-Doutoranda, doutora e mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense, bolsista PNPd/CAPES, e-mail: [beatriz.polivanov@gmail.com](mailto:beatriz.polivanov@gmail.com).

3 Estudante de Graduação, bolsista PIBIC/UFF, 6º. semestre do Curso de Estudos de Mídia da Universidade Federal Fluminense, e-mail: [obrunofilho@gmail.com](mailto:obrunofilho@gmail.com).

4 E aqui estão incluídos diversos ambientes seus, como fóruns e listas de discussão, revistas eletrônicas, blogs e sites de redes sociais.

de “cena musical” nos parece adequado para pensar agrupamentos sociais que apresentam uma “identidade coletiva relativamente coerente” (STRAW, 2014, p. 5) baseada em um circuito físico e virtual que gira em torno da chamada “música eletrônica”. E é relevante destacar que estamos nos referindo neste trabalho especificamente à “música eletrônica de pista” (MEP) que se diferencia da música eletrônica experimental, por exemplo, por ser “feita para dançar, tocada por DJs e produzida em estúdio” e ainda “que deve *funcionar* dentro do ambiente das festas, buscando levar as pessoas ao êxtase” (SÁ, 2003, p. 9).

As cenas da MEP são marcadas fortemente pela dimensão da distinção e da iniciação (SÁ E DE MARCHI, 2005; FONTANARI, 2003; GARSON, 2009), envolvendo aspectos relacionados à delimitação de fronteiras – discursivas e materiais – entre aqueles que dela fazem parte e os que são de fora (*outsiders*), entre o *underground* (ou “alternativo”) e o *mainstream* (ou pop), o bom e o ruim, o autêntico e o que não passaria de “mais do mesmo”, o que só alguns compreendem e o que é para todos (ou para qualquer um), o libertador e o “careta”, dentre outras.

Nossa questão motivadora deste artigo partiu, então, da seguinte indagação: como atores sociais de cenas de MEP consomem música atualmente, no atual cenário de digitalização? Sendo identificada uma mudança nas suas práticas de consumo musical, o que elas poderiam significar para os envolvidos com tais cenas? Haveria marcas de distinção atreladas também às práticas de consumo musical nessas cenas?

Para responder tais questões apoiamos-nos em dados coletados em 2012<sup>5</sup> através da a) aplicação de questionário *online*<sup>6</sup> a 103 sujeitos vinculados a cenas de MEP do eixo São Paulo e Rio de Janeiro e b) realização de entrevistas presenciais semi-diretivas com cinco informantes que responderam ao questionário<sup>7</sup>.

O perfil dos informantes pode ser sintetizado do seguinte modo: tratavam-se de jovens adultos, com média de idade em torno dos 30 anos; 58% eram moradores da cidade de São Paulo e 42% do Rio de Janeiro; em sua maioria do sexo masculino (em torno de 60%), mas com diversidade de orientações sexuais; quase todos auto-

---

<sup>5</sup> Tais dados foram coletados para a pesquisa de doutorado de Polivanov (2012) intitulada “Dinâmicas de autoapresentação em sites de redes sociais: performance, autorreflexividade e sociabilidade em cenas de música eletrônica”.

<sup>6</sup> Composto por perguntas abertas e fechadas.

<sup>7</sup> Esses informantes serão identificados a partir de agora como M., C., J., N. e D., mantendo suas identidades anônimas.

denominados da “classe média”; usuários de sites de redes sociais (todos possuíam perfis ativos no Facebook) e grande parte auto-vinculada a uma ideia de cena de MEP *underground* (59% versus 38% que afirmaram transitar bem entre o *underground* e o *mainstream* e 3% que se “afiliam” mais ao *mainstream*).

Assim, categorizamos as respostas que obtivemos com o questionário e as entrevistas em três eixos que iremos explorar brevemente neste artigo. Eles partem de questões mais amplas, em uma perspectiva macro, até questões mais específicas do consumo musical online, dentro de uma perspectiva micro<sup>8</sup>. O primeiro eixo diz respeito às práticas de consumo musical dos informantes via internet. O segundo eixo está focado na relação entre os sites de redes sociais (SRSs) e música em geral, buscando entender quais sites os informantes utilizam em suas práticas de consumo e compartilhamento de música em geral e como o fazem. O terceiro eixo, por sua vez, explora mais especificamente a relação entre o Facebook e a música eletrônica. Nele mostraremos que o Facebook é o SRS mais utilizado por nossos informantes e discutiremos como eles acreditam que o site tenha mudado “a cena” de MEP. Por fim, iremos tecer breves considerações finais.

## II. Práticas de Consumo Musical via Internet

Conforme apontado, uma das questões centrais que nos interessou abordar nas entrevistas foram as práticas de consumo musical dos informantes e suas mudanças após a popularização da internet, mais especificamente a partir da web 2.0. De acordo com a informante M. seus hábitos de acessar, ouvir e compartilhar música mudaram “totalmente” com a internet. Nas suas palavras:

Sempre compartilhei muito música, dentro dos limites de cada época, né. (...) Mas desde que a internet começou, só aumentou. E aumentaram as possibilidades de eu descobrir mais músicas. (...) eu tô no carro ouvindo rádio, eu ouço uma música legal, eu ligo o Shazam, descubro de quem é aquela música, entro, escuto o álbum inteiro e baixo. (M., 2012)

Além do Shazam<sup>9</sup>, a informante também utiliza com frequência o site Grooveshark<sup>10</sup> para conhecer mais a fundo o trabalho de alguns artistas que lhe

---

<sup>8</sup> Nos dois primeiros eixos iremos acionar mais as falas dos entrevistados, enquanto no último focaremos nas respostas obtidas através da aplicação do questionário, tendo em vista o limite de espaço do trabalho.

<sup>9</sup> Serviço de identificação musical para celulares que permite, ao captar o som de uma música pré-gravada de qualquer fonte (como rádio, televisão, cinema ou clube noturno) – sem grandes

interessam e o Stereomood<sup>11</sup>, que é seu preferido, por a surpreender com músicas e artistas que desconhece e que estejam relacionados ao seu humor (mood) no momento. M. afirmou que, uma vez que sites como esses foram criados, bem como a iTunes Store, loja virtual de venda de música da empresa Apple, ela deixou de comprar CDs, adquirindo música primordialmente em formato digital através dos sites. Conforme veremos abaixo, o fato de as músicas estarem disponíveis online não implica somente uma facilidade de acesso às mesmas, mas principalmente torna-se um material facilmente acessado pelos atores para se expressarem e se relacionarem com sua rede de contatos no Facebook.

J., por sua vez, também afirma que a internet mudou em grande medida os modos através dos quais acessa e consome música. Um dos principais aspectos que mudou em relação ao seu consumo de música, além da facilidade do acesso, foi o fato de atualmente ter dificuldades para ouvir um álbum inteiro de um artista, preferindo ater-se somente às faixas dos álbuns que lhe interessam (“difícilmente eu baixo o álbum inteiro”)<sup>12</sup>, que são “baixadas” geralmente através do site Soulseek<sup>13</sup>. O informante relata que ganhou de presente recentemente um vinil de um artista do qual gosta muito e que comprou um aparelho de toca discos para poder ouvir este vinil, acreditando também que seria interessante para o seu “consumo de música”, para “ouvir de forma linear” todo o álbum. No entanto, não teve “a menor paciência” para tal. Em suas palavras: “Eu tava me enganando totalmente, eu falei: vamos pra música logo que te interessa. Porque não era mais o álbum inteiro que me atraía” (J., 2012).

O informante D. também reporta mudanças no consumo de música, mas em um tom bastante nostálgico:

mudou demais, porque quando existia vinil ou CD era um evento você ouvir (...) de “cabo a rabo” o disco e olhar capa (...) era um ritual (...) hoje em dia (...) às vezes fico triste (...) pelo o que eu me tornei em relação à música (...)

---

interferências sonoras – que sejam identificadas informações como o nome da música e artista que a gravou. Pode ser utilizado integrado ao Facebook e ao Twitter, permitindo o compartilhamento com a rede de contatos da música que se está ouvindo no momento.

10 Serviço de streaming online de música que permite o upload e compartilhamento de músicas, além de contar com serviço de recomendação musical.

11 Serviço gratuito de streaming de músicas que toca músicas de acordo com o “mood” (humor) ou atividades diárias do usuário, permitindo que sejam criados playlists para cada mood ou atividade.

12 Trabalhos como o de Waltenberg (2012), por exemplo, discutem que a própria noção de “álbum musical” estaria se reconfigurando pós a consolidação da web 2.0.

13 Rede e aplicativo de compartilhamento gratuito de arquivos peer-to-peer (P2P), mais usado para o compartilhamento de música.

tem coisas que eu precisava parar e escutar com carinho (...) e não é com tudo que eu adquire que eu consigo fazer isso. Como eu fazia antigamente. (...) você (...) não consegue consumir da maneira adequada... Tudo. (D., 2012)

Exatamente o que o informante entende como “consumir da maneira adequada” é não somente ouvir o álbum musical inteiro, mas também ter um tempo de contemplação e dedicação àquela atividade, em oposição a um consumo tido como efêmero e pouco profundo. Nesse sentido, o informante cria uma distinção em torno de duas dimensões temporais diferentes: o “antigamente”, tempo positivo, quando os formatos e suportes musicais eram outros, físicos, e o consumo de música era um ritual contemplativo e de dedicação e o “hoje em dia”, tempo tido como negativo, quando não é mais possível, devido a um excesso de acesso aos conteúdos, “parar e escutar com carinho” as músicas, sendo difícil para o informante administrá-los adequadamente. Não coincidentemente, D. mantém um discurso de tom nostálgico em relação a um tempo passado durante toda a sua fala, que acaba por estar relacionado também ao seu próprio modo de percepção do Facebook, conforme veremos adiante.

Não obstante, o informante destaca as facilidades de acessar o conteúdo musical em diversos aparelhos de uso individual como celulares e *mp3 players*, enfatizando o aspecto da mobilidade: “É lógico que hoje em dia você tem facilidades, né? De botar aquilo num telefone (...) Você pode sair pra academia e escutar. Diferente do que era” (D., 2012). Tanto os informantes C. quanto N. também afirmaram que a internet mudou em grande medida seus modos de ouvir e compartilhar música, ressaltando a facilidade do acesso, armazenamento, consumo e distribuição de música, conforme apontam também autores como Paiva (2012).

Vale ressaltar, no entanto, que se por um lado a facilidade do acesso é destacada como algo positivo para todos os informantes, na fala de D. ela também tem um aspecto negativo que é a dificuldade de gerenciar tamanha quantidade de conteúdo. Em outras falas abaixo veremos também que o difícil acesso à música “antigamente” era um fator de distinção para DJs, que hoje devem se voltar para outros aspectos de suas profissões para se destacarem, uma vez que “hoje em dia” o processo de encontrar e possuir músicas teria se “popularizado” sobremaneira.

Argumentamos ainda que essas novas práticas de consumo e distribuição musical serão fundamentais para a autoperformatização dos atores no Facebook, uma vez que permitem que faixas musicais *online* sejam facilmente acionadas no *site* para

expressarem seus sentimentos em determinado momento e para constituírem suas identidades, mostrando suas afiliações de gosto, aspecto que não aprofundaremos neste artigo.

### **III. Relações entre Sites de Redes Sociais e Música**

Para além de entender de que modos a internet teria afetado as práticas de consumo musical dos informantes, buscamos averiguar qual seria para eles a relação – agora mais específica – entre os SRSs e a música. O surgimento desses sites – e mais especificamente do Facebook – teriam, segundo M., mudado “totalmente” seus hábitos de escuta musical, servindo como o meio principal através do qual ela tem acesso às músicas que seus amigos têm escutado, por um lado, e compartilha as músicas que “descobre” com sua rede de contatos, por outro lado:

acabo conhecendo muita coisa que eu nem fazia ideia que existia... Ou postando pra eles. Tipo, Stereomood, o Shazam têm ligação direta com o Facebook, por exemplo. Então eu escuto alguma coisa legal lá, e já compartilho na hora. (...) Eu gosto de compartilhar as novidades que eu acho bem bacanas. (M., 2012)

O compartilhamento musical através do Facebook se dá mais intensivamente com em torno de dez amigos que M. tem em sua rede de contatos no site, sendo um fator chave para a sociabilidade entre eles, além de um importante marcador identitário, por mostrar os tipos de música que consome, indicando suas afiliações de gosto que acabam por constituir quem ela é, e também por mostrar quem são as pessoas com as quais ela se relaciona e compartilha dos mesmos gostos (RECUERO, 2009).

E é interessante ressaltar também que o capital social<sup>14</sup> construído por M. e seu grupo de amigos em torno das músicas que compartilham se dá diretamente através de seus próprios perfis pessoais, e não de páginas ou ambientes (como fóruns) específicos para a discussão de determinados assuntos. Isso corroboraria a ideia de que nos SRSs os indivíduos são o centro em torno dos quais se formam comunidades,

---

<sup>14</sup> Entendido como um “conjunto de recursos de um determinado grupo (...) que pode ser usufruído por todos os membros do grupo, ainda que individualmente” e que está “embutido nas relações sociais” (RECUERO, 2009, p. 50)

em torno dos quais outros indivíduos se agregam para compartilhar/discutir sobre determinados assuntos<sup>15</sup> (BOYD E ELLISON, 2007).

N. também acredita que os SRSs e a música tenham uma relação extremamente próxima, ressaltando que há inclusive aqueles “especializados em música”, como o SoundCloud<sup>16</sup>. Ademais dos sites especializados, os SRSs seriam fundamentais para o compartilhamento de referências musicais. O informante posta em torno de cinco músicas (mais especificamente seus videoclipes) diariamente no Facebook, via link para outro SRS, o YouTube, tal como fazem também os outros informantes.

Para J. a pesquisa musical, a busca por novas bandas/projetos/artistas se dá sempre a partir de recomendações (seja através de leituras ou conversas) de pessoas com as quais possui afinidades de gosto ou a partir de vivências *off-line* (como quando ouve uma música interessante no clube onde está) em um primeiro momento e, em um segundo momento, através de pesquisa na plataforma YouTube.

O Facebook, por sua vez, funciona para ele, atualmente, menos como um lugar de pesquisa no qual recebe recomendação de novas músicas e mais como um lugar no qual compartilha e “curte” músicas que já conhece nos perfis da sua rede de contatos: “Eu tenho mais curtido coisas que eu já conheço, do que de fato procurado” (J., 2012). Ao “curtir” – acionar o botão “like” no Facebook – determinadas músicas nos perfis de pessoas de sua rede de contatos J. não apenas mantém o laço social – entendido como “a efetiva conexão entre os atores que estão envolvidos nas interações” (RECUERO, 2009, p. 38) – forjado com aquela pessoa, como também, ao mesmo tempo, indica uma afiliação de gosto àquele conteúdo, deixando, assim, um rastro digital que lhe identifica, junto a uma série de tantos outros rastros (como curtir *fan pages*) configurando uma construção identitária de modo implícito (ZHAO, GRASMUCK E MATUCCI, 2008).

---

15 As autoras defendem que, com os SRSs, houve “uma mudança na organização de comunidades online. (...) As primeiras comunidades online públicas como Usenet e fóruns de discussão pública estavam estruturados em tópicos ou de acordo com hierarquias tópicas, mas sites de redes sociais são estruturados como redes pessoais (ou “egocêntricas”), com o indivíduo no centro de sua própria comunidade (BOYD e ELLISON, 2007, online).

16 Trata-se de uma plataforma de distribuição de áudio online que permite a colaboração, divulgação e distribuição de material sonoro, podendo ser considerado um site de rede social apropriado (RECUERO, 2009), uma vez que nele é possível a criação de perfis e a construção de uma rede de contatos. É muito utilizado por DJs e produtores musicais de cenas de MEP.

Ao comparar com um cenário anterior, no qual não havia SRSs voltados especificamente para a música e seu compartilhamento, J. afirma que antes “não tinha essa coisa de SoundCloud (...) que já te diz que música que é. Não, era você conhecer por sorte”. (J., 2012)

Conforme descrito pelo informante a prática de conhecer novas músicas em ambientes *off-line*, como os clubes noturnos, continua a mesma. O que mudou, no entanto, foi a facilidade para ter acesso a essas músicas (através de sites diversos na internet) e para compartilhá-las (através principalmente do Facebook). C. ressalta ainda que a internet é “fundamental” para a música, pela possibilidade e facilidade de criação e divulgação que ela trouxe para os artistas, tornando-se o “primeiro passo” para bandas e artistas que desejam se tornar conhecidos. No entanto, ela ressalta que justamente a facilidade de acesso às músicas por conta da internet é onde “mora o perigo, porque você pode achar muitas coisas boas nesse meio, mas também pode descambar pra baixaria” (C., 2012).

Conforme apontamos acima, a facilidade do acesso à música é contraposta por alguns informantes à dificuldade de se gerenciar não apenas quantitativamente tal conteúdo, como também qualitativamente, uma vez que podem ser encontradas com frequência músicas consideradas de “baixo nível”. Novamente os atores criam uma distinção entre aquilo que consideram de boa e má qualidade”, buscando demarcar fronteiras simbólicas entre os bens culturais (BOURDIEU, 2008).

Outro aspecto que nos interessa mais especificamente quanto à relação entre música e SRSs é a função de expressão de sentimentos que se dá através do compartilhamento de músicas, principalmente, via Facebook, conforme relato do informante J.: “O Facebook tinha muito isso, eu falava assim: “meu irmão, eu quero matar meu chefe. Quero meter porrada”. Num posso, aí botava um vídeo do Exploited [banda de punk], entendeu? (J., 2012).

Conforme relatos dos informantes e como já apontado em outro lugar (SÁ E POLIVANOV, 2012), essa seria uma função de catarse que o Facebook permite, uma vez que a pessoa consegue se expressar e “colocar para fora” uma determinada emoção forte que está sentindo no momento, utilizando-se de músicas publicadas no site. E nesse sentido fica clara a importância de olharmos tanto para os valores simbólicos que tal publicação representam, quanto também para a materialidade dos

conteúdos dos quais os atores se apropriam para exercer tal função. Para expressar sua raiva e frustração J. aciona especificamente determinadas músicas e artistas punk, bem como C. o faz com Hip Hop, como o cantor Tupac e a música “Hit ‘em Up” (que poderia ser traduzida como “Quebre eles”), citados pela informante, cujas letras de música são marcadas pela violência e agressividade.

De acordo com De Nora, a noção do projeto reflexivo do self, ao contrário de um entendimento de identidade enquanto uma narrativa do “indivíduo unitário”, está calcada em um “frágil conglomerado de práticas sociais, materiais e discursivas” e, dentre essas práticas, a música – tida como “material cultural por excelência da emoção e do pessoal” – não tem sido explorada o suficiente para pensar a constituição do *self*. (2004, p. 46). Ela teria, segundo a autora, a função de ser uma “tecnologia da identidade, emoção e memória” (2004, p. xi). Precisamente em situações nas quais os informantes de sua pesquisa se encontram irritados ou com raiva “a música dá aos informantes um meio através do qual eles trabalham seu estado de espírito”, ela “provém uma realidade virtual na qual os informantes são capazes de expressar a si mesmos em uma maneira (simbolicamente) violenta como, por exemplo, escolhendo música “agressiva” ou “contestadora”. (DENORA, 2004, p. 56)

No nosso caso, a informante pode não dizer explicitamente em sua página que está irritada ou com raiva, mas acredita que ao publicar determinada música ela expressa seu sentimento para sua rede de contatos e também, por outro lado, de certa forma “libera” sua raiva. Passemos agora, então, à relação entre o Facebook e as cenas de música eletrônica que investigamos.

#### **IV. Relações entre o Facebook e a MEP**

Ao perguntarmos aos informantes através do questionário quais SRSs mais utilizavam obtivemos os seguintes dados: o Facebook foi apontado por todos os informantes (100%) como um dos seus três SRSs preferidos, instigando-nos a discutir sobre a relação que se dá entre o site e as cenas da MEP paulistana e carioca. A segunda porcentagem mais alta obtida (59%), ainda que com uma considerável distância em relação ao primeiro site, foi do SoundCloud; o terceiro SRS mais mencionado, com uma porcentagem muito próxima (58%) ao segundo, foi o YouTube, e o quarto site mais mencionado (por 40% dos informantes) foi o Twitter,

serviço de microblogging considerado um SRS apropriado (RECUERO, 2009). Outros sites mencionados, ainda que com porcentagens consideravelmente mais baixas, foram o Vimeo (12%), LinkedIn (11%), MySpace (10%), Flickr (7%), “Outros” (7%), Tumblr (6%), Foursquare (5%), Orkut (4%), Pinterest (3%), Multiply, Sonico e Formspring (cada um com 1%)<sup>17</sup>.

Ficou bastante claro que o Facebook é o SRS preferido atualmente pelos participantes da pesquisa e os outros três sites que obtiveram taxa de preferência alta – Soundcloud, Youtube e Twitter – podem ser usados de forma integrada ao Facebook, prática que se demonstrou bastante comum nas entrevistas presenciais, especialmente a de postar links de vídeos do YouTube no Facebook.

No questionário indagamos os informantes se eles achavam que os SRSs, e mais especificamente o Facebook, haviam mudado de algum modo “a cena” da música eletrônica e obtivemos 85% das respostas afirmativas, ao passo em que 15% foram negativas.

Dentre os 85% dos informantes que responderam afirmativamente foram destacados tanto aspectos positivos quanto negativos do fato de o Facebook e outros SRSs terem mudado “a cena” da ME. Dentre os aspectos positivos os mais citados foram: facilidade e rapidez na divulgação das festas; maior proximidade em relação aos DJs; visibilidade e possibilidade de divulgação dos trabalhos de DJs e produtores; integração e troca de informações entre os agentes envolvidos com “a cena” (tanto frequentadores, quanto produtores de festas e artistas) e popularização/fomento da cena, conforme mostra a fala a seguir:

Informante 65: O Facebook se tornou hoje em dia a melhor e mais eficaz forma de divulgação de eventos desta geração. Principalmente eventos da cena eletrônica, onde a comunicação é feita quase que exclusivamente via Facebook. Além disso, as ferramentas do Facebook propiciam inúmeras formas de interação se você trabalha na cena eletrônica, independente da vertente (DJ, produtor etc.).

É importante observar que, enquanto para alguns a “popularização da cena” proporcionada pelo Facebook foi um aspecto considerado positivo, para outros o mesmo aspecto foi valorado negativamente, estando relacionado a uma ideia de “massificação” da cena e/ou ainda de “comercialização” da mesma. Há, assim, dentre

---

<sup>17</sup> As porcentagens não somam 100%, uma vez que os participantes deviam marcar três opções de sites que mais utilizam.

os 85% que afirmaram que o Facebook teria mudado “a cena” aqueles que destacaram aspectos positivos dessa mudança (maioria) e os que destacaram aspectos negativos, além dos que ressaltaram tanto aspectos positivos quanto negativos. O aspecto negativo mais citado foi justamente a “popularização/massificação/comercialização da cena”, conforme ilustra a fala a seguir:

Informante 3: Acredito sim, mas não acho que tenha sido bom para a música eletrônica, as pessoas que não participavam desse mundo, desse mercado, acabaram encontrando "sem querer" e a participar mesmo não tendo nada a ver. Acredito numa co-relação da ascensão e queda da música eletrônica através das redes sociais, principalmente o Orkut.

Conforme discutimos acima, a cena da ME é marcada fortemente pela dimensão da distinção e da iniciação (SÁ E DE MARCHI, 2005; FONTANARI, 2003; GARSON, 2009) e nessa e em outras falas tal caráter fica claro principalmente pela questão do pertencimento – não poderiam/deveriam fazer parte “da cena” aqueles que não tem “nada a ver”, que fariam o “nível” da cena “cair” – e da oposição entre o *underground* e o *mainstream*, ambas relacionadas à ideia de que a “popularização da cena” é algo negativo, uma vez que se perde justamente o caráter da distinção que a mantinha como um grupo mais ou menos homogêneo e, mais importante, exclusivo.

Os poucos informantes que destacaram tanto aspectos negativos quanto positivos sobre a mudança que o Facebook teria trazido para “a cena” ressaltam certa falta de privacidade nas festas (uma vez que frequentemente são tiradas fotos das pessoas nas festas que depois são publicadas no Facebook) e o excesso de informações de cunho invasivo (através de marcações, postagens etc.):

Informante 86: Como em várias outras áreas, tudo acaba passando pelo Facebook. Se o evento ou DJ ou artista não está lá é como se não existisse. Também possibilitou a criação de grupos específicos, aproximando pessoas com interesses comuns. E é uma nova e eficiente plataforma de divulgação de música e eventos. O lado ruim é, como sempre, o mau uso que se faz da ferramenta, excesso de postagens, tagueamento de pessoas em eventos, invasão de mural etc etc.

Houve ainda os 15% dos informantes que afirmaram que os SRSs e o Facebook *não* teriam mudado “a cena” de ME e as principais razões para tal apontadas estão relacionadas ao entendimento de alguns informantes que a facilidade de divulgação de eventos ou não é considerada uma mudança de fato ou de relevância para as cenas ou apenas serviria para divulgar eventos e músicas tidos como de baixa

qualidade ou focados no aspecto comercial, não as alterando significativamente, conforme aponta a fala a seguir:

Informante 18: Porque a grande maioria das pessoas - conhecido como a "massa" - segue escutando as mesmas coisas. Limitadas ao modismo passageiro não estendem suas pesquisas a universos mais amplos. O Facebook em minha opinião só vem fortalecer a divulgação das mesmas porcarias no melhor estilo "Maria vai com as outras". Sendo assim, concluo que o Facebook e outras redes sociais dificilmente ampliam, melhoram ou evoluem o gosto musical de alguém.

De modo bastante similar às respostas encontradas com a aplicação do questionário, o Facebook, segundo os informantes das entrevistas presenciais, teria mudado a cena de música eletrônica principalmente no que tange a três aspectos centrais: 1) a facilidade de divulgação de eventos, festas e dos próprios artistas relacionados à cena; 2) a aproximação entre artistas (DJs e produtores musicais) e seus fãs/admiradores e também entre pessoas desses dois "grupos" e 3) o acesso pelo público consumidor de MEP, através do próprio Facebook, a músicas que antes ficavam restritas aos DJs.

O primeiro aspecto é visto como algo bastante positivo, por facilitar o acesso à informação sobre as festas que estão ocorrendo, algo que beneficia tanto os artistas e produtores de eventos quanto o próprio público, como demonstra a fala de D.: "hoje em dia você não precisa mais de uma assessoria de imprensa (...) Vai lá, divulga um trabalho, divulga uma festa (....) Bom demais". (D., 2012).

A aproximação entre artistas e público, bem como entre artistas e público e público através do Facebook, também é algo ressaltado como bastante positivo para "a cena", como mostram as falas de J. e C.: "as pessoas têm mais acesso umas às outras [pelo Facebook]" (J.) e isso seria "muito bacana, eu acho que isso aproxima o fã do cantor, da banda, enfim, facilita extremamente a network, né. Então tipo é uma vitrine. (C.). Não obstante, apesar de reconhecer a importância do Facebook para essa aproximação, M. acredita que ela poderia se dar através de qualquer outro SRS, ocorrendo mais via Facebook pelo fato de ser o site com mais usuários mundialmente no momento: "se hoje o Facebook não existisse, ia ter outras milhões de redes sociais pra ser feito isso" (M.).

O terceiro aspecto, do acesso a músicas que antes ficavam restritas aos vinis e CDs dos DJs, é visto como positivo por N., que afirma que "Música eletrônica sempre

foi uma coisa exclusiva do DJ”, mas que atualmente tal cenário mudou e hoje “a música tá aí pra qualquer um”, o que seria algo “muito positivo pra todo mundo. Pra quem consome a música. Pra quem toca a música. Pra quem vende a música” (N., 2012).

A facilidade de se encontrar, ouvir e baixar músicas na internet teria reconfigurado o papel do DJ atualmente para N. Se antes, como aponta Sá, a fama do DJ e sua legião de fãs era conquistada, dentre outros fatores, pelo fato de ele tocar “nas pistas muitas vezes [aquilo que] não está disponível para consumo imediato dos freqüentadores” ou “aquilo que ainda não chegou às prateleiras das grandes lojas de discos” (2003, p. 12), atualmente é difícil que haja músicas às quais o público não tenha acesso via internet, como relatam nossos informantes. Ainda assim, o DJ segue funcionando como um “curador”, selecionando as músicas para o público em suas apresentações, que, por sua vez, devem criar/manter a “vibe” (a vibração, o sentimento) da pista (SÁ, 2003), a partir do modo como o DJ controla a pista. Conforme explica o informante N. : “A hora que ele [DJ] consegue comandar a pista pra fazer do jeito dele (...) é o cara que no final é foda. (...) Ele conta uma história. O set dele tem começo, meio e fim”. (N., 2012)

Para J., no entanto, o repertório do DJ ainda é um dos aspectos principais que permite destacá-lo entre os demais e, nesse sentido, a popularização do acesso às músicas de MEP via Facebook por um lado faz com que “qualquer um possa ser DJ”, pelo fácil acesso às músicas e, por outro lado, mantém a distinção entre o “bom” e “mau” gosto musical:

muita gente de um dia pro outro quer ser DJ (...) porque acha que tem glamour ou o que é que seja (...) acho que repertório é uma coisa essencial pra qualquer DJ, enfim. Aí, são outros quinhentos, né, se a pessoa de fato tem um bom gosto. (J., 2012)

Novamente percebemos as disputas simbólicas entre música considerada de “bom” e de “mau” gosto. Conforme apontamos acima, o discurso de vários dos informantes é o de que com a facilidade do acesso às músicas através da internet e do Facebook (que funciona como um lugar no qual se pode ter acesso ao que outras pessoas da rede de contatos consomem e recomendam) reconfigura-se o papel do DJ, que deixa de ser o detentor de “raridades” sonoras em vinis “garimpados” para disputar, quase em “pé de igualdade” com o público (quase, pois ele ainda exerceria o

papel de curador e profundo conhecedor de música), o processo de seleção de música digital, de classificar os materiais considerados bons dos considerados ruins.

Duas postagens de N. no FB ironizam explicitamente a questão do “qualquer um poder ser DJ” e o quanto isso estaria na moda atualmente: “Urso TED ataca de DJ em noite paulistana e é convidado para próxima edição de reality show” e “Entrar pra política is the new atacar de DJ”. Na primeira frase o informante ironiza o fato de até um objeto inanimado – no caso o urso de pelúcia denominado Ted – poder “atacar de DJ” (o verbo “atacar” aqui é importante denotando que ele não estaria “tocando”, mas fazendo as vezes momentaneamente de DJ) e, a partir disso, ser convidado para participar de um reality show, atrelando criticamente a ideia de ser DJ com a de ser celebridade. Na segunda frase o informante faz uma comparação entre o ato de entrar para a política e “atacar de DJ”, duas ações que estariam muito populares no momento e para as quais não seriam necessárias habilidades e pré-requisitos, podendo ser exercidas por “qualquer um”. Tais postagens, ainda que de cunho irônico, demonstram a insatisfação do informante com a popularização da figura do DJ<sup>18</sup>.

## V. Considerações Finais

A partir da aplicação de questionário *online* e da realização de entrevistas presenciais com informantes de cenas de MEP do eixo Rio-São Paulo, percebemos que o fácil acesso às músicas atualmente no contexto da cibercultura é visto pelos participantes das cenas como algo positivo, pois facilitaria o compartilhamento de conteúdos antes restritos principalmente aos DJs, mas, por outro lado, acaba criando novas formas de distinção, relacionadas ao fato de que "qualquer um" pode, potencialmente, tornar-se um DJ, primordialmente pela facilidade para se conseguir as *tracks* (faixas musicais)<sup>19</sup>, fazendo com que tenham que ser articulados novos critérios de valoração da figura do DJ.

---

<sup>18</sup> Essa ideia de que “qualquer um pode ser DJ” hoje é verificada também para além do universo dos informantes da pesquisa, conforme mostram as postagens “Ser DJ hoje” publicada no Guia da Semana (<http://www.guiadasemana.com.br/noite/noticia/ser-dj-hoje>) e “Música eletrônica é música, mas DJ não é músico” publicada no site do jornal Estadão (<http://blogs.estadao.com.br/tragico-e-comico/2012/01/29/musica-eletronica-e-musica-mas-dj-nao-e-musico/>). Último acesso em: 01 out. 2014.

<sup>19</sup> Há, claro, todo um cenário mais amplo em curso que configura a ideia de “popularização” da figura do DJ, mas detemo-nos aqui na questão do consumo musical online.

Percebemos também que o Facebook é um dos principais mediadores dessas cenas atualmente, colocando em xeque, por um lado, as fronteiras entre espaços físicos e virtuais de acontecimento de cenas musicais e, por outro, sendo um importante lugar de construção identitária para seus participantes.

### **Referências Bibliográficas:**

AMARAL, Adriana. Cybersubculturas e cybercenas: explorações iniciais das práticas comunicacionais electro-goth na Internet. **Revista FAMECOS**, v. 1, n. 33, 2007.

BOURDIEU, Pierre. **A distinção: crítica social do julgamento**. São Paulo: EDUSP; Porto Alegre, RS: Zouk, 2008.

BOYD, Danah; ELLISON, Nicole. Social network sites: Definition, history, and scholarship. Indiana: **Journal of Computer-Mediated Communication**, v. 13, n. 1, online, 2007.

DENORA, Tia. **Music in Everyday Life**. Cambridge: Cambridge University Press, 2004.

FONTANARI, Ivan. **Rave à margem do Guaíba: música e identidade jovem na cena eletrônica de Porto Alegre**. Dissertação de Mestrado. Porto Alegre: PPGAS/UFRGS, 2003.

GARSON, Marcelo. **Quem é o melhor dj do mundo?** Disputas simbólicas na cena de música eletrônica. Dissertação de Mestrado. Niterói: PPGCOM/UFF, 2009.

PAIVA, Eduardo. Música e tecnologia, do vinil ao mp3. Salvador: **Contemporânea - Comunicação e cultura**, v. 10, n. 1, 2012.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Editora Sulina, 2009.

SÁ, Simone; DE MARCHI, Leonardo. Não basta ser DJ: tem que ser underground! Sobre coletivos e comunidades virtuais de música electronica no Brasil. Porto Alegre: **Revista FAMECOS**, n. 26, 2005.

SÁ, Simone; POLIVANOV, Beatriz. Presentificação, vínculo e delegação nos sites de redes sociais. São Paulo: **Revista Comunicação, Mídia e Consumo**, ano 9, v. 9, n. 26, 2012.

SÁ, Simone. Música eletrônica e tecnologia: reconfigurando a discotecagem. In: LEMOS, André; CUNHA, Paulo (orgs.). **Olhares sobre a Cibercultura**. Porto Alegre: Ed. Sulinas, 2003.

SOUZA, Claudio. **Música eletrônica e cibercultura: ideias em torno da socialidade, comunicação em redes telemáticas e cultura do DJ**. Dissertação de mestrado. Salvador: PPGCOM/UFBA, 2009.

STRAW, Will. Some things a scene might be. **Cultural Studies**, online, 2014.

ZHAO, Shanyang; GRASMUCK, Sherri; MARTIN, Jason. Identity construction on Facebook: Digital empowerment in anchored relationships. **Computers in Human Behavior**, v. 24, n. 5, 2008.