

Tecnologias digitais e *streaming*: a popularização da música paraense através das redes sociais na internet

Manuela do Corral VIEIRA¹
Marina Chiari Lima MENDES²
Allan Filipe Cordeiro ALENCAR³

Resumo

O presente estudo busca analisar de que maneira a divulgação musical pode se valer das plataformas digitais, sobretudo das tecnologias de *streaming*, na divulgação das produções culturais e consolidação de bandas. Tendo como foco de pesquisa duas bandas paraenses, a ãGang do Eletroö, do gênero musical conhecido como eletromelody, e a ãMolho Negroö, representante do rock, o estudo analisa algumas das ações realizadas por estas bandas para que, ainda que originárias fora dos grandes centros de distribuição e comunicação de massa, através da concessão da tecnologia, possam divulgar seus trabalhos e se inserir em uma nova ordem de divulgação, dando voz ao som que nasce nas margens da interlocução da periferia.

Palavras-chave: *Streaming*. Divulgação musical. Sociabilidade. Redes sociais da internet.

Abstract

The present study aims to analyze how the musical material can make use of digital platforms, especially the streaming technologies, as a way to disseminate cultural productions and in the process of consolidation of bands in the music industry. This research focus in two growing bands of the northern region of Brazil, "Gang of Electro" their musical genre known as eletromelody, and the "Molho Negro", a garage rock band, this study examines some of the actions performed by these bands that, although originated outside of major distribution centers and mass communication, through technology, can share their work and enter into a new order of distribution, giving voice to sounds that rise on the peripheral cities of Brazil.

Key words: *Streaming*. Musical distribution. Sociability. Internet Social Networking

¹ Doutora em Antropologia pela Universidade Federal do Pará. Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Linguagens e Cultura da Unama. Coordena o Grupo de Pesquisa: "Consumo, Identidade e Cibercultura"; E-mail: manuelacvieira@gmail.com

² Mestre em Ciências da Comunicação - Estudos de Mídia e Jornalismo pela Universidade do Porto, Portugal. Professora Cursos de Comunicação Social da Universidade da Amazônia e da Associação Cultural e Educacional do Pará - CESUPA. E-mail: marinachiari.1@gmail.com

³ Graduado em Artes Visuais e Tecnologia da Imagem. Graduando de Comunicação Social: Publicidade e Propaganda da Universidade da Amazônia (Unama). Integrante do Grupo de Pesquisa ãConsumo, Identidade e Ciberculturaö. E-mail: afcalencar@gmail.com

Introdução

Os processos tecnológicos, que permitem o acesso à informação, estão se popularizando cada vez mais e possibilitando que as camadas mais periféricas ao sistema capitalista possam se beneficiar e ter acesso a toda a gama de conhecimento que os computadores pessoais e a internet possibilitam.

A democratização desses fenômenos permite que o processo de sociabilidade descrito por Simmel (2006) possa se estender pelas redes sociais da internet e gerar novos meios de consumo de bens culturais, como a música, que funcionem dentro dos circuitos tradicionais já estabelecidos da indústria fonográfica, quanto nos circuitos emergentes que se localizam nas periferias urbanas do Estado do Pará.

Este artigo tem o objetivo de fazer um levantamento de como as bandas paraenses ãGang do Eletroö (do gênero eletromelody⁴) e ãMolho Negroö (do gênero rock de garagem⁵) se comportam dentro dos ambientes de consumo que as mídias sociais como Deezer, Soundcloud e Youtube e, a loja virtual de música que tem a maior participação no mercado internacional, o iTunes, possibilitam.

Para coletar esses dados necessários para a produção deste artigo, foi realizada uma pesquisa de exploratória das redes sociais online e entrevistas presenciais realizadas do dia 02 ao dia 13 de outubro de 2014 com representantes da banda Gang do Eletro, Marcos Maderito e Zek Nascimento, e da banda Molho Negro, João Lemos. As entrevistas tiveram duração de cerca de uma hora e meia, nas quais foram tratados diversos aspectos sobre a inserção da produção musical destes grupos musicais nas tecnologias *streaming* como formas de divulgação da produção artística.

Este horizonte é vasto e cheio de possibilidades pelas quais os artistas podem atingir seu público alvo, como segmentação por tipo de compra (no caso do iTunes) e por gênero musical e tópicos relacionados no caso das outras mídias (Deezer, Soundcloud e Youtube). Porém cada uma dessas mídias funciona de forma diferente, e tornam-se ambientes aos quais seus usuários se adaptam e interagem de formas diversas, conforme será analisado neste trabalho de pesquisa algumas destas questões.

⁴ Gênero musical criado no Pará a partir da fusão do tecnobrega com a música pop eletrônica.

⁵ Subgênero do Rock que configura um som ãcruö sem artifícios complexos de produção.

A Tecnologia no cenário periférico

A partir dos anos de 1990 os processos tecnológicos voltados à computação, informação e à comunicação têm sofrido um avanço considerável. Segundo Braga (2010), os responsáveis por esses avanços, são grupos sociais hegemônicos que investem nesse tipo de tecnologia para que o mercado que movimenta o capital mundial possa tornar-se mais eficiente. Porém, podemos compreender que essas inovações, como no caso dos computadores pessoais e da internet, consolidaram uma ãnova ordem de trabalho. Estas tecnologias acabaram por permitir acessos de grupos sociais, os quais não representavam hegemonia de participação na configuração tradicional de mercado, assim construíram-se novos espaços de participação e interação sociais.

(...) é possível dizer que as novas tecnologias paradoxalmente servem a propósitos sociais antagônicos: de um lado elas viabilizam a concentração de poder no nível global sem precedentes, do outro lado elas potencializam, no nível local o acesso dos grupos socialmente desfavorecidos à informação e ao contato social fora dos limites geográficos das comunidades e grupos de origem, permitindo modos de participação mais democráticos. (BRAGA, 2010, p.374)

Ainda que computadores conectados à internet não estejam em todos os lares da população brasileira, recursos como programas governamentais de acesso à internet, a popularização de *lan houses* e a criação de outros espaços comunitários para o uso da internet, têm permitido a classes sociais menos favorecidas economicamente o acesso a esses espaços de informação e sociabilidade, fatores que começam a interferir em suas práticas sociais:

(...) a direção do desenvolvimento tecnológico e das mudanças sociais dele advindas está sempre ligada à valores e ideologias culturais pré-existentes que podem também mudar em novas direções quando a adoção dessa tecnologia transforma a própria natureza das práticas sociais pré-existentes. (BRAGA, 2010, p.375)

Desta maneira, as interferências tecnológicas e informacionais de ordem global começam a atuar nas práticas sociais, fazendo com que determinadas comunidades comecem a ressignificá-las, criando assim práticas híbridas. Porém essas continuam a ser de ordem local, devido a este processo de simbiose utilizar códigos e características presentes apenas no imaginário dessa específica região. É desse tipo relação que se originam novas correntes culturais.

Do Rock ao Tecnobrega

O brega, e conseqüentemente o tecnobrega, estilos musicais muito populares no Pará, nascem justamente a partir de uma fusão cultural: da apropriação de elementos que os meios de comunicação de massa e mais tarde a internet difundiram, com elementos regionais. Este emaranhado de influências torna essas produções únicas, a partir da associação de dois estilos musicais principais: o rock, tomando como referência principal o estadunidense; e a música eletrônica européia, dando origem ao chamado õtecnobregaö; ambos os estilos têm como berço as periferias da metrópole e capital paraense, Belém. Porém esses dois estilos possuem raízes fincadas nas mesmas influências e se desenvolvem simultaneamente, mas de forma paralela neste contexto.

O Rock no Pará

Segundo Rochedo (2011, p.4), o rock está associado õas manifestações juvenis. [...] gênero musical que torna indissociável a música e o comportamento.ö Este gênero musical surge nos Estados Unidos no período que sucede a segunda grande guerra. Uma fusão do *blues*, *country* e *rhythm and blues*, vulgo R&B, foi chamado inicialmente de *rock n'roll*. Seu posicionamento jovem e rebelde dividiu gerações e sua difusão no rádio criou uma série de novos valores, comportamentos e códigos.

No entanto, sua grande disseminação, tanto nos Estados Unidos, quanto no Brasil, aconteceu através do cinema, com o filme õThe Black Board Jungleö (Img. como explica Rochedo (2011, p.4) õo rock passou a existir no cenário nacional brasileiro via as telas de cinema através do filme õThe Blackboard Jungleö (1955) dirigido por Richard Brooks. O filme, considerado ousado para a década de 1950, foi o primeiro a apresentar o tema musical rock and rollö.

Para consumir rock no Brasil durante os anos de 1950 existiam alguns impasses, a dificuldade do público em geral de obter discos e a barreira do idioma inglês. Estes fatores acabaram por dar características próprias ao rock brasileiro, que primeiramente era feito de versões das canções de rock que faziam sucesso nos Estados Unidos. Estes fatores ajudaram a disseminar o estilo no Brasil através de artistas como Celly Campelo, como afirma Rochedo (2011, p.5): õuma jovem criada no interior de São Paulo, que teve trajetória meteórica ao lado

de seu irmão Tony Campello. Ficou famosa no final dos anos 50 ao gravar versões de rocks americanos, como o Banho de lua e o Estúpido Cupido.

No estado do Pará, o rock surge nos meados dos anos de 1970 com a mesma premissa, fazer versões de músicas estrangeiras. Não demorou muito até que uma cena de bandas autorais começasse a surgir. A partir do ano de 1975 começam a formar as primeiras bandas de rock no estado, como a banda Stressö, que foi a primeira banda brasileira a gravar um disco de vinil no estilo *Heavy Metal* (rock com guitarras distorcidas e atitude mais agressiva). Porém é nos anos 80 que diversas bandas começam a surgir.

Essa movimentação no rock paraense teve seu auge no início dos anos de 1990. A cidade já contava com diversos festivais como o Rock 24 Horas que era organizado pela SECULT (Secretaria de Cultura do Governo do Estado). O evento teve três edições e consistia em vinte e quatro horas ininterruptas de apresentações de bandas locais, bem como algumas bandas de fora do estado.

É nesse contexto que surge o SeRasgum no Rockö, no ano de 2006 com a proposta de ser um festival de grande visibilidade para bandas alternativas no estado do Pará. Desde o início o festival já se configurou como um evento de médio porte contando com 31 atrações em seu *line-up*⁶ sendo apenas oito de fora do estado do Pará.

Na sua terceira edição (2008) o Se Rasgum no Rockö se torna o Festival SeRasgumö, um festival que abriga diversos gêneros musicais, e que tem como principal função, colocar artistas de alcance nacional nos mesmos palcos dos artistas paraenses, atraindo assim os olhares da mídia para a cena musical paraense, assim como proporcionar ao público paraense conhecer essas atrações. É nesse contexto que surge a banda Molho Negro, formada por João Lemos (vocais e guitarra), Raony Pinheiro (baixo e vocais) e Augusto (bateria e vocais). A banda lançou seu primeiro disco em outubro de 2012 e conseguiu notoriedade rapidamente na região Norte. Atualmente faz parte do cenário das bandas mais representativas do rock paraense e já conseguiram levar esta bandeira para diversos estados brasileiros, seja gravando em estúdios de Goiânia e Natal, ou tocando em festivais de música, como o DoSol em Natal, Quebramar em Macapá, Amazonas Rock em Manaus, Cardápio Underground em Bragança Paulista, Autorock em Campinas.

⁶ *Lineup*: Termo que define a lista de bandas selecionadas para um determinado festival.

O Tecnobrega no Pará

Neste mesmo contexto dos anos de 1970 surge o Brega. No Estado do Pará, ao mesmo tempo em que o quarteto inglês, The Beatles, era a fonte preferida da qual alguns artistas locais faziam suas versões e buscariam inspirações, o cenário musical paraense também era inundado de influências provenientes dos sinais de rádios dos países caribenhos que fazem fronteira com o Estado, os quais tocavam, principalmente, gêneros como *zouk*, merengue, *reggae* e *calypso*⁷.

O rádio transistorizado foi o veículo das primeiras grandes transformações da produção e gosto na cultura amazônica. Não só porque a programação radiofônica não incorporava, a não ser em raros programas, a realidade cultural da região, como porque, no interior da Amazônia, ouvia-se mais as emissoras estrangeiras, principalmente do caribe, do que as regionais. Claro que pela presença da cultura negra na base da transformação do povo brasileiro, o terreno era fértil a essa assimilação. A merengueização do Carimbó e da Síria, e a invenção da Lambada, são exemplos expressivos disso. (LOUREIRO, s/d).

Assim, novos artistas começaram a surgir, e mesmo fora da atuação dos meios de comunicação de massa tradicionais, um circuito começou a se formar e Belém possuía gravadoras e selos que possibilitavam que os artistas tivessem estrutura de gravação e distribuição de seus trabalhos. Conforme ressalta Lemos:

Entre as gravadoras que protagonizaram a produção musical na década de 1980, no Pará, estão a Studio M Produções e Studio Digitape. Ainda em 1970, a gravadora Erla ó que hoje faz parte do Grupo Rauland de Comunicação ó já lançava o LP *ôYê, Yê, Yêô*, de Juca Medalha. Mais tarde, a Ortasom gravou o segundo disco do cantos. Já os discos de Medalha produzidos na década de 1980 foram lançados pela Gravassom Comercial Fonográfica e Publicidade LTDA. (LEMOS, 2008, p.26)

Destarte, Lemos (2008) explica que após diversos altos e baixos durante a década de 1990 o brega começou a perder força no cenário nacional. No entanto, no final desta década, o brega começaria a se misturar a diversos estilos como o *calypso*, *tecno* e *melody* o que criaria uma gama de gêneros e uma considerável mudança no cenário da música paraense. De acordo com Lemos (2008), o surgimento dessas vertentes do brega criaram uma nova indústria cultural, que estava desassociada de qualquer meio de comunicação de massa e vinha da

⁷ Gêneros musicais de origem da região caribenha e da América Central.

periferia. Seus principais meios de distribuição eram o comércio através de vendedores ambulantes de CDs e através das festas de aparelhagens, eventos com aparelhos de som e iluminação massivos muito populares nas periferias de Belém.

Dessa forma, em 2008 surge a banda Gang do Eletro, formada inicialmente por Waldo Squash, produtor musical e DJ, responsável pela criação das sonoridades e mixagem e pelo carismático Maderito, no vocal. William Love e Keila Gentil que faziam parte de outras bandas juntaram-se à dupla, agregando mais vozes e corpo ao som. De acordo com Maderito o gênero da banda é o eletromelody, vertente do tecnobrega que utiliza influências de música pop e eletrônica. A banda conseguiu bastante destaque no cenário musical brasileiro ganhando dois prêmios do canal Multishow, que pertence a Rede Globo.

Streaming e o consumo de música nas redes sociais da Internet

A indústria fonográfica tem passado por diversas transformações, a partir da popularização da internet e de sua evolução técnica, ter acesso à música, independente do estilo, é hoje cada vez mais fácil. A internet possibilitou o que pequenos selos, produtores e músicos competissem com as grandes gravadoras, burlando o sistema de distribuição do mercado fonográfico, que consistia em fazer os Lps, fitas K7 e CDs chegarem aos ouvintes.

Porém, esta facilidade possibilitou o aumento da pirataria, afinal, é extremamente fácil utilizar sistemas de *õP2Põ* ou *peer to peer*⁸, em tradução literal, ponto a ponto. O primeiro sistema P2P a surgir, foi o Napster, responsável por uma das primeiras grandes disputas judiciais com a indústria fonográfica, acabando por ser comprado e transformado em serviço pago. A partir disso surgem lojas de música online como é o caso do iTunes, o qual se configura como uma loja virtual pela qual é possível comprar músicas pelo cartão de crédito e, em seguida, fazer o download das músicas adquiridas. Pensada inicialmente para ser uma plataforma de suporte ao iPod, e fornecer músicas para o dispositivo, acabou por se expandir e atualmente o iTunes é a maior e mais consolidada loja online, vendendo músicas, filmes, ebooks e uma série de outros produtos que respeitam o mesmo processo de download, não utilizando mídias físicas.

⁸ Sistema que não necessita de intermédio de um servidor, ou seja os usuários podem baixar e compartilhar arquivos uns com os outros. De acordo com Souza (2011, p.23)

Paralelamente à explosão do iTunes, o site de *streaming*⁹ de vídeos conhecido como Youtube começou a se popularizar. Esta tecnologia permite ver vídeos, ouvir músicas, além de transmissões multimídia para o mundo. Utilizando esse tipo de tecnologia o Youtube conseguiu conquistar os usuários da internet e acabou se tornando um grande banco de vídeos, videoclipes, vlogs¹⁰ e outros formatos.

O hábito de armazenar músicas no computador, sejam elas compradas em lojas online ou baixadas de forma ilegal, prática que diminuiu consideravelmente as vendas da música em suporte físico, tornou-se comum, porém o *streaming* começaria a mudar consideravelmente o mercado fonográfico, visto que as mídias sociais de *streaming* de música permitem aos usuários terem acesso a uma quantidade ilimitada de material por um valor consideravelmente baixo, aliado ao fato de o usuário não possuir as músicas, por tanto elas não ocupam espaço em seus dispositivos (computadores pessoais, *smartphones* e *tablets*).

Assim o *streaming* passa a fazer parte cada vez mais do cotidiano dos consumidores de músicas, vídeos e usuários da internet em geral. Os principais meios de consumo de música neste formato passam a se integrar em redes sociais como o Deezer, Soundcloud e o Youtube. Através destas três plataformas, os artistas disponibilizam suas músicas nessas plataformas e elas podem ser ouvidas a qualquer momento de qualquer lugar que possua conectividade à internet.

No caso do Deezer, o sistema pressupõe uma assinatura mensal que dá acesso ao banco de músicas, configurando-se como um canal de distribuição por meio do qual as músicas dos artistas são disponibilizadas pelo próprio servidor que mantém a rede. Os assinantes dessas redes sociais possuem perfis que podem ser seguidos, bem como permitem exibir suas atividades, as pessoas que seguem, suas playlists e álbuns favoritos.

Em contrapartida, o Soundcloud é uma plataforma em que cada artista cria seu próprio perfil e, nesse espaço, posta suas músicas, além de poder compartilhar músicas publicadas por outros artistas. Se habilitado, os usuários poderão fazer download das músicas. Desta forma, é fundamental entender que além dessas plataformas se configurarem como ferramentas de consumo de música, elas se configuram, de acordo com Recuero (2009, p.24), como redes sociais online e seu surgimento proporcionou que atores pudessem construir-se, interagir e comunicar com outros atores, deixando, na rede de computadores, rastros que

⁹ Tecnologia que envia arquivos multimídia através de transferência de dados temporária.

¹⁰ Blogs em formato de vídeo.

permitem o reconhecimento dos padrões de suas conexões e a visualização de suas redes sociais através desses rastros.

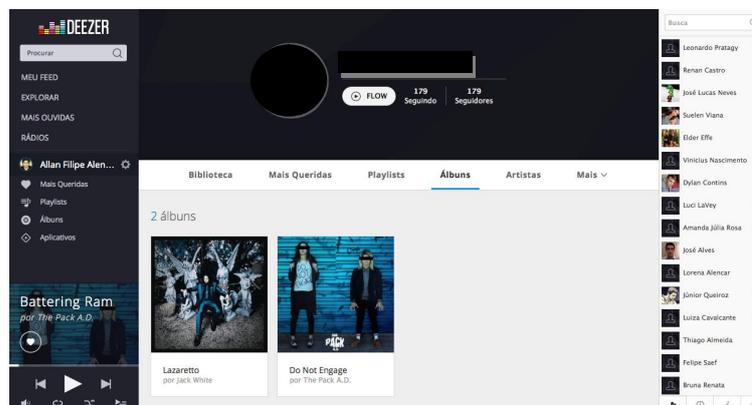
Conforme o pensamento de Recuero (2009) esses [rastros] deixados pelos atores que circulam nas redes sociais são uma representação de sua identidade. Ou seja, as redes sociais online acabam por se tornar um espaço de sociabilidade repleto de representações que incorporam intenções de como esses atores desejam ser reconhecidos por outros atores com os quais estes reafirmam seus laços sociais que são construídos no mundo físico, como também constroem novos laços, tendo as redes sociais como mediadores que possibilitam este processo.

Recuero (2009, p.31) explica que essas representações de identidade são fundamentais para que as conexões entre os atores sejam percebidas, seja na forma de comentários, posts e outros meios que dependem especificamente da rede social online que se utiliza e, conforme destaca são parte das percepções do universo que os rodeia, influenciadas por elas e pelas motivações particulares desses atores.

É interessante perceber como se dá a participação dos atores e como configuram as conexões e interações dentro das mídias sociais da internet. Essas redes sociais online limitam a construção da representação de seus usuários (atores), no sentido em que elas são voltadas exclusivamente para o consumo de música então suas conexões são voltadas para esse propósito.

Mais especificamente no Deezer a construção da representação do usuário se dá por um perfil que pode ter uma foto para representá-lo, dentro deste perfil (Fig.1) encontram-se as seguintes abas: biblioteca que mostra um resumo geral da conta do usuário, os artistas, *playlists*, e álbuns que ele ouve, bem como seus seguidores. Em adição a esses menus, existe uma barra lateral que mostra três opções, os perfis que o usuário segue e mostra seus *status* ativo ou inativo, atividade que mostra o que as pessoas que você segue estão escutando e a aba de notificações que não está funcionando visto a recente atualização e mudança de layout da plataforma.

Fig. 1: Perfil pessoal no Deezer, rede social online de reprodução de músicas através de *streaming*.



Fonte: www.deezer.com. Acesso em 05 de nov. de 2014.

Dessa forma, pode-se compreender que nesse sistema os usuários constroem um perfil da sua identidade através de suas escolhas musicais, seus artistas, álbuns, gêneros e playlists favoritos. A geração de conteúdo e seu posicionamento se dá através das conexões, que estes fazem com os artistas, músicas e playlists, seja através dos comentários que eles deixam nos perfis dos artistas, ou no conteúdo que é gerado nos perfis dos próprios usuários através da reprodução de músicas, álbuns e playlists.

Partindo para a análise do Soundcloud, como plataforma de *streaming* e como rede social online, pode-se constatar que possui um perfil mais direcionado ao compartilhamento de produções de áudio, independente do formato, elas podem ser, músicas, podcasts, entrevistas, programas de rádio, etc. Este formato aberto permite que o Soundcloud seja utilizado por uma gama mais diversa de produtores de áudio, como bandas, djs, jornalistas, gravadoras, selos musicais e usuários que se comportam apenas como ouvintes. Isso possibilita que se formem perfis com abordagens diferentes, sendo que alguns deles postam apenas produções próprias, e outros apenas replicam essas postagens de áudio, assim como possibilita que ocorram as duas situações dentro de um mesmo perfil.

O Soundcloud, diferentemente do Deezer, configura-se como uma rede de interação entre produtores e ouvintes e não apenas como um canal de distribuição, dessa os atores possuem diversas formas de estabelecer conexões uns com os outros, na prática isso se reflete em comentários que se encaixam dentro das *waveforms* (gráficos que mostram as ondas sonoras) dos áudios publicados, os usuários tem a possibilidade de se comunicar com os produtores e vice versa, através de mensagens privadas, e o perfil não possui tantas

informações quanto o Deezer, apenas as faixas e álbuns que foram inseridos no perfil e uma janela que apresenta a descrição do usuário.

***Streaming* como meio de sociabilidade**

Para estabelecer um entendimento sobre como se constrói o processo de interação e sociabilidade nas redes sociais online, é necessário que seja feita uma distinção categórica entre os termos. A interação, de acordo com Simmel (2006) é um processo que se constitui de dois fatores, *conteúdo* e *forma*. Simmel (2006) compreende que o *conteúdo* é uma definição dos impulsos, vontades, pensamentos e características intrínsecas do indivíduo. A *forma* se categoriza pela maneira e finalidade pela qual este indivíduo socializa seu *conteúdo* individual. Simmel (2006) explica que o processo de interação se dá, no entanto, de forma unilateral. Como exemplo podemos citar um indivíduo que possui um perfil em alguma rede social na internet alimentado por fotos, posts, e informações sobre sua vida e seus pensamentos, porém não há um contato direto de outros indivíduos, estes que podem ter visualizado, ou seja estabeleceram contato com esse conteúdo mas não se identificaram emocionalmente com ele. Dessa forma, para Simmel (2006), a sociabilidade se inicia quando se estabelece um contato que foi originado pela assimilação e identificação de um indivíduo com a o processo de interação disponibilizado pelo outro.

É interessante destacar como se estabelece o processo de sociabilidade que os artistas paraenses, como a banda de rock Molho Negro e a banda de tecnobrega, Gang do Eletro, estabelecem com seus públicos através das redes sociais na internet, processo este que perpassa por diversos contextos sociais, plataformas online, indústria fonográfica e estratégias comunicacionais.

De acordo com João Lemos, vocalista e guitarrista da banda Molho Negro, as estratégias comunicacionais, como postagens das músicas e conteúdos, são pensadas pelos próprios integrantes da banda. Eles se utilizam de uma estratégia que se divide em duas vertentes, a primeira é tentar profissionalizar as postagens, utilizar os horários mais propícios para a visualização do público alvo e seguir os padrões utilizados por outras marcas e bandas nas redes sociais online. A outra prática, é fazer o que João Lemos descreve como *antimarketing*, promover a banda com uma abordagem cômica e até auto pejorativa.

Tem duas vertentes ideológicas muito fortes quando eu penso na comunicação da banda, que uma é assim: tenho que ser o mínimo competente possível, então eu tenho que pensar no melhor horários de postagem, eu tenho que pensar no melhor dia, qual é o melhor dia que eu vou potencializar isso [...] ao mesmo tempo que existe uma lógica, eu não vou postar isso a qualquer hora, a gente luta contra isso, por que se não, parece que eu tenho um social media trabalhando pra mim, e eu não tenho, sou eu que faço, então se sou eu que faço, quero que pareça que sou eu que estou fazendo. (João Lemos, entrevista realizada por ocasião desta pesquisa)

A principal rede social online de divulgação da banda é o Facebook, uma vez que não acreditam que disponibilizar o download gratuito das faixas de seus discos seja interessante. Para atingir o público alvo da banda a solução encontrada foi disponibilizar suas músicas nas lojas online, como o iTunes, e nos canais de *streaming* como o Deezer, Soundcloud e Youtube. Para João Lemos, o *streaming* é uma tecnologia que irá se popularizar rapidamente e suprirá a necessidade de obter as faixas digitais e armazená-las em dispositivos, ou seja, não existirá a necessidade de ocupar espaço com arquivos que poderão ser acessados remotamente a qualquer momento. Ainda que a banda possua seu material disponibilizado no iTunes e nos maiores sites de *streaming* voltados para música (Deezer, Soundcloud), sua principal forma de sociabilidade com o público se dá pelo Facebook, através de informações referentes ao engajamento que o público tem com a banda.

A banda Molho Negro, destaca que possui um intermediário para lidar com seu material fonográfico disponível no Deezer, e que não tem tanto controle de como o público interage com o seu perfil nesta plataforma, a página mostra informações apenas do número de fãs e os comentários que estes podem postar na página. Assim, pode-se perceber que esta plataforma ainda não permite que o artista interaja com seu público, isso torna o Deezer uma rede social online, direta e impessoal.

Apontando outra abordagem, o Soundcloud que é uma rede que pode ser gerida pelos próprios autores das músicas, possibilita que a banda tenha mais impressões da sociabilidade gerada, é possível perceber as opiniões de seu público e o engajamento que este tem com o material disponibilizado, seja como forma de comentário, curtida ou a inclusão dele em uma playlist. A banda usa o Soundcloud apenas como forma de publicar suas faixas e não pensa em replicar conteúdo de outras páginas.

Ou seja, a banda aposta no *streaming* pelo seu baixo custo, tanto para disponibilizar, quanto para ser consumido e espera que a ele se popularize cada vez mais, possibilitando que

mais pessoas possam ter acesso a artistas que não estão inseridos no circuito comercial regido pelos meios de comunicação de massa.

A Gang do Eletro, amparada por uma empresa que cuida de todas as estratégias de comunicação nas redes sociais online, também direciona sua comunicação ao Facebook, responsável por integrar todas as outras plataformas da banda, bem como se configura na ferramenta de maior engajamento e interação com o público.

Ainda assim os canais de *streaming* têm seu devido destaque, uma vez que a banda reconhece a importância de ter seu material disponível no iTunes e no Deezer. De acordo com Zek Nascimento, responsável pelas estratégias de comunicação da Gang do Eletro, o processo de intermédio que a banda está sujeita para a inserção de seu material no Deezer é um tanto burocrático, eles têm contrato com uma gravadora nacional e não têm acesso a informações sobre sua conta naquela rede.

Porém, o desempenho com maior destaque da banda se percebe no Soundcloud, através do método de distribuição pela disponibilização de downloads dos arquivos e do replique de postagens do perfil, incentivando o engajamento do público. Este tipo de prática está associada ao circuito do tecnobrega, no qual as aparelhagens, festas onde surgiu e prolifera o estilo musical, fazem parcerias com os artistas e tem músicas produzidas exclusivamente para determinadas situações. Assim, é muito comum que outros Djø façam download das músicas com a finalidade de remixá-las.

O tecnobrega é um estilo que mistura todas as vertentes do nosso brega. No caso da Gang do Eletro a nossa onda é o Eletromelody, é uma coisa totalmente diferente, pegamos a base do brega e misturamos com dance, dance europeu, midiback e ficou totalmente diferente.[...] Recentemente o Waldo Squash me ensinou a utilizar o Soundcloud, é o que a gente faz, coloca a música lá e *linka*, novidade, nova música da Gang do Eletro. (Marcos Maderito, entrevista realizada por ocasião desta pesquisa)

Mesmo utilizando o Soundcloud como ferramenta para compartilhar e distribuir as músicas para fãs, Djø e outros consumidores do público alvo da banda, Marcos Maderito, um dos vocalistas do grupo e também produtor musical, explica que este circuito online de distribuição é importante para a Gang do Eletro como meio de fazer sua música se propagar até horizontes mais distantes, mas a realidade das periferias ainda está ligada ao sistema de distribuição off-line que as tecnologias *streaming* ainda não conseguiram substituir. Transitar com o arquivo digital, seja em Cdø ou em pendrives, faz com que essa produção musical alcance espaços que o *streaming* ainda não alcança, como as bancas de cdø piratas,

aparelhagens, e diretamente a Djô da região. Essa relação ultrapassa as periferias da capital, chegando a ser distribuída por todas as periferias da região metropolitana de Belém e muitos bairros de cidades do interior do estado.

Considerações finais

A partir destas observações, pode-se constatar que as redes sociais da internet, focadas em distribuição de música, utilizando a tecnologia *streaming*, são suportes que permitem aos artistas estabelecer processos de sociabilidade com seus fãs, mercado fonográfico e com todo o contexto social o qual eles pretendem atingir. Isso possibilita que artistas que estão fora dos grandes eixos culturais se posicionem no mercado fonográfico e distribuam suas músicas investindo pouco e conseqüentemente cobrando pouco, o que torna o material acessível.

Apesar do *streaming* ser uma forma bastante promissora de mercado, as redes sociais na internet, que tem esta tecnologia como foco principal, ainda estão à margem de outras redes online que são voltadas para assuntos gerais e permitem o trânsito de informações de outras redes, por isso o Facebook, principal expoente deste tipo de rede, ainda concentra a maior parte dos esforços comunicacionais das bandas, pois ele permite que todas as outras redes sociais online se integrem em apenas um canal.

É interessante ressaltar que a tecnologia *streaming* permite que ocorra o conceito de interação que Simmel (2006) apresenta como a união entre o conteúdo e a forma com que as bandas disponibilizam seu material, seja carregado de intenções e objetivos, isso denota que cada vez mais as bandas paraenses se profissionalizam e buscam meios de se posicionar no mercado nacional e internacional, que atualmente está aberto para a música que vem do Estado do Pará. Dessa forma podemos notar que esses esforços estão gerando resultados que podem ser percebidos através dos prêmios que a Gang do Eletro e a Molho Negro tem recebido de diversos eventos e festivais de representatividade nacional.

Referências

BRAGA, Denise Bértoli. **Tecnologia e participação social no processo de produção e consumo de bens culturais:** novas possibilidades trazidas pelas práticas letradas digitais mediadas pela internet. Trab. Ling. Aplic., Campinas, 49(2): 373-391, Jul./Dez. 2010

GANG do Eletro: Sobre o Grupo. Disponível em: <<http://www.gangdoeletro.com.br>>. Acesso em: 09 de out. 2014.

LEMOS, Ronaldo; CASTRO, Oona. **Tecnobrega: o Pará reinventando o negócio da música**. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2008.

LOUREIRO, João de Jesus Paes. **Texto nº 5 - Cultura na Amazônia**. Curso de Especialização para Técnico Cultural. Secretaria da Cultura do Pará, Fundação Cultural do Pará Tancredo Neves. Belém, 1989.

MOLHO Negro: Site Oficial da Banda. Disponível em: <<http://www.molhonegro.com>>. Acesso em: 09 de out. 2014.

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

ROCHEDO, Aline do Carmo. **Rock - A arte sem censura: as capas dos LPs do BRock dos anos de 1980**. Revista História, imagem e narrativas Nº13, outubro/2011 - ISSN 1808-9895

SIMMEL, Georg. **Questões fundamentais da sociologia: indivíduo e sociedade**. Tradução de Pedro Caldas. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2006.

SOUZA, Pedro Monteiro de. **Sites de streaming como alternativa para a indústria fonográfica: uma pesquisa explanatória**. 2011. Monografia de Conclusão de Curso (Graduação em Bacharelado em Administração). Universidade de Brasília, Brasília, Distrito Federal.