

Universidade de Brasília
Instituto de Ciências Sociais
Departamento de Antropologia

Mateus Alves de Andrade Loiola

**Por Outro Perfil de Consumidor:
Estudo sobre Engajamento em Espaços Virtuais**

Brasília, DF
Junho de 2014

Universidade de Brasília
Instituto de Ciências Sociais
Departamento de Antropologia

Mateus Alves de Andrade Loiola

**Por Outro Perfil de Consumidor:
Estudo sobre Engajamento em Espaços Virtuais**

Trabalho de conclusão do curso de Antropologia
Departamento de Antropologia, Instituto de Ciências Sociais
Universidade de Brasília

Professora Orientadora: Andréa de Souza Lobo

Brasília, DF
Junho de 2014

Mateus Alves de Andrade Loiola

**Por Outro Perfil de Consumidor:
Estudo sobre Engajamento em Espaços Virtuais**

Monografia apresentada no curso de
Graduação em Antropologia pelo Instituto de
Ciência Sociais na Universidade Brasília
Para a conclusão do curso de Antropologia

Banca Examinadora:

Andréa de Souza Lobo (Orientadora)

(Universidade de Brasília)

Juliana Braz Dias

(Universidade de Brasília)

Agradecimentos

À minha Mãe, que com muita paciência e amor me acompanhou, e teve forças para me ajudar a não desistir desta barreira. Hoje finalmente passo pela última pendência para seguir em frente. A batalha foi longa e durou mais do que devia, porém à supere com tranquilidade e mais forte do que nunca. Muito obrigado Mamov. Te amo.

À Professora Andréa Lobo pela excelente orientação desta monografia, sempre com empatia, otimismo e leveza. O seu método e senso crítico foram as últimas peças do quebra-cabeça.

Às Professoras Juliana Dias e Lia Zanotta, pela imensa ajuda no meu retorno à UnB.

À Professora Antonádia Borges, que me incentivou a escolher a Antropologia como ferramenta; se hoje escrevo sobre os temas que escrevo, é graças à sua influência e competência.

Foram muitos debates e discussões sobre filmes, músicas e jogos. Aos meus amigos que abraçam a cultura do entretenimento de forma construtiva e enriquecedora.

Em especial às amigas: Raquel Lima, Priscila Burini, Thaíza Dias, Ana Lobo, Juliane Peixoto, Cecília Andrade, Cristina Haeffner, Clara Farias, Mariana Guimarães, Olívia Florência, Milca Luna, Luíza Diener, Fernanda Natasha, Juliana de Paula, Amélia Teixeira, Conceição Abdalla, Daniela Marinho, Ludmila Lima, Silvana Sebata e Rafaella Tamm.

Ao meu Pai, Francisco Loiola e aos amigos: Bruno Burini, Bruno Bernardes, João Gabriel Rocha, Daniel Galvão, Victor Irigonhê, Daniel Moussallem, George Sebata, Bruno Santos, Hilan Diener, Henrique Bolgue, Sérgio Carvalho, Bruno Kott, David Ringoir e Marivand Pinto.

E finalmente, a todos os usuários dos fóruns que observei durante os últimos anos. O material escrito por todos com tanto esmero e dedicação é extremamente especial.

Esta monografia é meu ode a vocês.

“Login / Registro” é onde tudo começa

Resumo:

O que pode ser considerado consumo consciente? No presente estudo o comportamento cotidiano dos consumidores é analisado e apresentado como resultado de uma etnografia e mapeamento de dois fóruns da internet. O que pode ser considerado como um mero hobby potencialmente traz à frente empoderamento e criatividade por parte dos usuários dos fóruns escolhidos. As consequências da web 2.0 são importantes; resultando em ferramentas para criação e compartilhamento de conteúdo. O material criado pelos usuários enriquece a discussão sobre engajamento e a experiência do consumidor.

Palavras-chaves: etnografia, virtual, internet, consumidor, fórum, engajamento do usuários, experiência, crítica, tecnologia, conteúdo, criatividade

Abstract:

What might be considered a conscious consumer? In the present study the daily behavior of consumers is examined and showcased throughout the ethnography and mapping of two internet forums. What may be considered as a hobby brings to light a potentially creative and self empowering behavior from the users of said forums. The consequences of the web 2.0 arrival are key; bringing forth the choice and tools for the users to create content and share it. The material created by the users enriches the discussion about engagement and the consumer experience.

Keywords: virtual ethnography, internet, consumer, forums, user engagement, experience, technology, criticism, content, creativity

Sumário

Prelúdio	9
Introdução	12
Capítulo I : Sobre o Fórum de Música	18
Em Defesa do Alvo-Fácil	22
A Familiaridade com a Música Pop.....	25
O Eclético e o Hábito.....	27
Conteúdo Oferecido de Bandeja	33
As Variantes Contemporâneas.....	34
O Último Refrão	36
Interlúdio	37
Capítulo II : Sobre o Fórum de Videogame	39
O Inesperado Impacto.....	40
O que é NeoGAF?	42
A Auto-Valorização do Fórum	44
Privilégio da Informação	48
O Pulo Tecnológico	50
A Última Fase.....	52
Considerações Finais	53
A Graduação.....	57
Referências Bibliográficas	59
Bibliografia de Apoio	60

Prelúdio

Dentre os vários mecanismos através dos quais um indivíduo consegue ativamente interferir em uma causa social internacional, uma das mais populares é a contribuição voluntária a Organizações Não Governamentais. Cada ONG, por sua vez, com suas particularidades e premissas, auxiliam as causas prometidas (sejam regiões acometidas por conflitos, doenças, fauna, flora, etc).

Uma abordagem comum entre as instituições que lidam com esta premissa é a transparência acerca de seu financiamento e como a verba arrecadada é empregada. Para tanto, é notório observar um esforço de várias instituições para se distanciar de afiliações explicitamente comerciais.

Instituições como WWF, Greenpeace, Médicos Sem Fronteiras, por exemplo, são feitas independentes de verba corporativa; sendo prioritariamente financiadas por doações do público geral. Este esforço do público é um ato direto e sem intermediários, possibilitada por uma afiliação ou um termo de compromisso mensal.

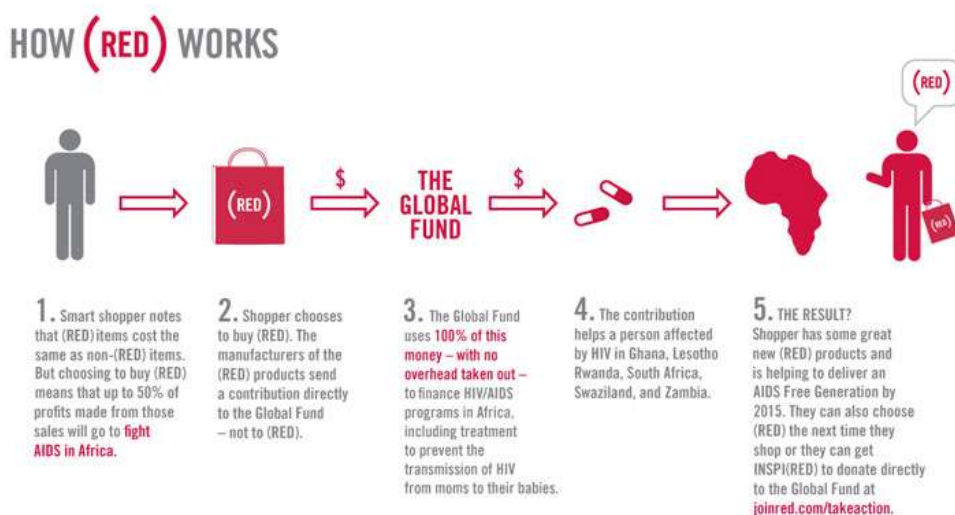
Existe um projeto com um diferencial radical em comparação com outras instituições do Terceiro Setor, especialmente por não apenas reconhecer mas também assimilar a lógica do mercado de grandes marcas em seu mecanismo de arrecadação. O projeto RED traz à mesa a possibilidade de contribuir à causa de prevenção e tratamento da AIDS no continente Africano por meio de compras de produtos pré-selecionados. A priori é um modelo de consumo no qual o cliente, ao escolher produtos que apresentam a chancela RED, está apoiando diretamente a causa do projeto; uma porcentagem do valor de cada mercadoria é destinada à causa.

As marcas afiliadas são em sua maioria distribuídas globalmente, e conseqüentemente usufruem de uma extensa rede de publicidade e marketing. RED usa toda a estrutura pré-existente das marcas afiliadas a seu favor; desde as campanhas que divulgam um novo produto, campanhas de manutenção de marcas em locais inusitados até a mídia clássica como rádio e

televisão. Quanto aos mecanismos de divulgação do projeto são variados e atingem, inclusive, nichos de mercado como fãs de bandas do seu ‘garoto propaganda’ Bono Vox (um dos idealizadores do projeto) até a divulgação explícita de afiliação com uma marca de reconhecimento global.

O projeto escolheu como elemento predominante para identificar os produtos participantes a cor vermelha (não é necessariamente obrigatória). Vale ressaltar o benefício do projeto em ter escolhido esta cor como característica principal, não apenas pelo apelo visual da cor, mas pela identidade que o projeto reforça cada vez que assimila uma nova marca ao seu repertório.

A identidade do projeto RED cresce a cada ano e em cada ação de cunho global. O público alvo está além dos visitantes ao website e àqueles abordados diretamente por algum agente do projeto, e finalmente atinge qualquer consumidor que vem ao seu encontro com um produto afiliado.



¹ Estrategicamente, o website se posiciona como uma espécie de ‘espalo de recrutamento’. O endereço é o ponto de partida, claramente destacando a natureza de ‘junte-se à causa’ (manobra usual para ONG’s e afins), digitando www.joinred.com

¹ www.joinred.com/about

O website da iniciativa reforça visualmente o mecanismo do modelo de arrecadação de verba e como a mesma é empregada na batalha à AIDS e o auxílio àqueles já infectados. Além de suas estratégias visuais o projeto busca uma legitimação acerca de suas premissas graças ao seu Manifesto.

O posicionamento diante do público não difere de campanhas de marketing desenvolvidas por grandes agências para o lançamento de novos produtos; o impacto visual e social do projeto RED não se difere de um produto de uma grande marca.

O consumo de produtos com consequências sociais traz à frente o tema da autoconsciência do consumidor. O impulso de um indivíduo para comprar um produto com a chancela RED ao invés de outra variante, mesmo se o vermelho não seja a sua cor preferencial, é a diferencial chave. Um claro exemplo de assimilação e adaptação à lógica de mercado por parte do projeto RED.

Introdução

Uma loja abastecida com produtos de marcas globais é um cenário comum em diversas esferas. Por exemplo, museus que outrora não permitiam nenhuma marca global em seu recinto, hoje apresentam produtos ao lado de obras de arte contemporânea; espaços públicos que são moldados ao redor de logomarcas como praças decoradas a partir da cor de uma logomarca; universidades que fazem parcerias com grandes marcas visando acesso à tecnologia de ponta, dentre outros. A potência da lógica do mercado é alta e domina a vida cotidiana de forma complexa, adaptando-se a diferentes países e culturas.

A desconstrução do cenário supracitado é a base de diversas frentes de resistência a este movimento que não é recente: oposição ao crescimento da lógica de mercado em todas as esferas sociais (especialmente urbana).



2

Existem diversos exemplos de rotas alternativas ao mercado ‘mainstream’. Diversos grupos organizados lideram iniciativas que negam o mercado ligados às marcas como, por

² <http://www.theartcircus.com/blog/wp-content/uploads/2013/04/The-Joy-of-Not-Being-Sold-Anything.jpg>

exemplo, o *No Logo*, movimento presente em diversos países e continentes que investe na valorização de produtos locais. A negação e a resistência à dinâmica de dominação das marcas no cotidiano é apresentada de forma completa e concisa por Naomi Klein. No livro destaca-se a argumentação acerca da dominação industrial das corporações e da rebelião de indivíduos que negam a comercialização exarcebada (KLEIN, 1999).

Listo exemplo de outros caminhos: Alternativas a produtos industrializados, a frente que valoriza produtos orgânicos, que podem ou não serem locais. Os brechós, que se fortalecem cada vez mais como a valorização não apenas de objetos manufaturados em outra época, mas também como um outro entendimento de mercado. Revistas como *Adbusters* e *NSFWCORP* que oferecem em mídia impressa artigos e sátiras sobre o que é considerado consumo desenfreado.

A importância do livro *No Logo* não se deve ao ineditismo de seus argumentos apenas (há diversos grupos e autores com ideias similares, como os Situacionistas a partir de 1957³), mas pelo fortalecimento do caminho alternativo, e principalmente da intenção de elucidação sobre os processos que passam despercebidos por muitos.

A amplitude de iniciativas sobre o que é chamado de ‘consumo consciente’ é enorme, e não se resume a alternativas de consumo e de financiamento; o comportamento cotidiano do consumidor é um dos pontos chaves da ampliação do alcance e reconhecimento de caminhos alternativos.

Uma problemática que oferece ricas análises, e não se restringe somente à frente de contracultura e nos processos explicitamente alternativos, mas igualmente no processo de quem está inserido no mercado, é um dos alicerces do estudo proposto. Investigar indivíduos que

³ Internacional Situacionista foi um movimento de cunho político que reconhecia e negavam a lógica do consumo e de bens materiais como motivação da sociedade para atingir plenitude, além das consequências a longo prazo da alienação da sociedade do espetáculo.– GUY DEBORD - Report on the Construction of Situations and on the International Situationist Tendency's Conditions of Organization and Action (1957)

reconhecem que estão inseridos em uma lógica de mercado e demonstram e exercem um papel pró-ativo.

Dentre os diversos mecanismos de interação direta na internet, uma das mais antigas e utilizadas são os fóruns. Usados como um acessório para cursos, como espaço para discussão de fãs de um projeto, incentivo para comunicação entre funcionários de uma empresa, dentre inúmeros exemplos também pode ser um palco de discussão ao redor de um temática leve e divertida.

A premissa de um fórum na internet não é diferente de um fórum clássico; é um espaço dedicado para promover discussões e debates acerca de um tema acordado pelo grupo participante. O diferencial principal de um fórum para outros dispositivos sociais na internet é a premissa de que a retórica é a finalidade, e a contrapartida da interlocução é garantida com outros membros.

Blogs, por exemplo, fazem parte da segunda onda de autonomia e inversão de criação e postagem de conteúdo na internet (a chamada web 2.0). Tal como a mídia clássica (televisão e rádio) a internet nos primeiros anos de implementação era povoada por criadores de conteúdo especializados e sites de empresas; os custos financeiros altos e os métodos de publicação eram mais complexos e inacessíveis. Com o passar dos anos, alguns dispositivos atingiram popularidade e sofisticação a ponto de oferecer a qualquer indivíduo com uma conta de e-mail ativa, o acesso à criação de um blog ou a associação a uma rede social ou fórum por exemplo⁴.

Este empoderamento gradual foi seguido pelo surgimento de um público que inverteu a a dinâmica de acesso ao conteúdo de sites, e passaram a produzir o próprio conteúdo. A base da web 2.0 é o controle na mão do público casual, e não somente de especialistas em informática e profissionais de jornalismo.

Diferente de entrevistas e surveys, a etnografia de uma página da internet e seu conteúdo traz à mesa a possibilidade de ler conteúdos produzidos pelos próprios usuários,

⁴ Como explicado em 'A Longa Cauda', CHRIS ANDERSON, 2006

ausente de interlocutor mediando; é basicamente uma manifestação direta e quase sempre sem censura. A observação atinge um anonimato impossível em qualquer etnografia presencial. Nos principais capítulos serão destacadas as nuances sobre a etnografia dos fóruns escolhidos.

“Ethnographies are challenged to no longer dwell merely in romantic tropes of discovery but to ground, make visible and audible, contending worlds of difference, to provide translation circuitry that recognizes its own relations to other circulating representations” Worlding Cyberspace, Michael Fischer⁵

Em diversos sites é possível notar seções reservadas para opiniões dos usuários, seja como feedback sobre um produto, críticas de filmes, rumores sobre celebridades, etc. O empoderamento dessas ferramentas não apenas evoluiu gradualmente com a sofisticação da internet desde a década de 90, mas adquiriu uma importância ímpar com o surgimento das redes sociais.

A interação proativa presentes em blogs, redes sociais dedicadas a um tema e fóruns são exemplos do potencial dissertativo, mas igualmente, como indicativos claros que pedem uma revisão acerca de entendimentos sobre o comportamento considerado efêmero dos consumidores e o que é auto diferenciação.

A noção de efêmero para Baudrillard, por exemplo, está baseada firmemente na indústria da moda e seu ciclo de substituição do que é relevante ou comercial, desta forma dominando o público e fortalecendo um sistema fetichista (BAUDRILLARD, 1998). Lipovetsky por outro lado, argumenta que o alicerce da relação dos consumidores com a indústria está no potencial da construção de um senso crítico acerca da própria individualidade, e a moda é apenas um de numerosos mecanismos (LIPOVETSKY, 1987)⁶. Uma problemática sofisticada é o cenário dos consumidores que não ouvem o canto da sereia guiando à uma nova

⁵ Emergent Forms of Life, FISCHER, 2003 p.304

⁶ “A moda consumada não significa desaparecimento dos conteúdos sociais e políticos em favor de uma pura “gratuidade esnobe”, formalista, sem negatividade histórica. Significa uma nova relação com os ideais, um novo investimento nos valores democráticos e, ao mesmo tempo, aceleração das transformações históricas, maior abertura coletiva à prova do futuro, ainda que nas delícias do presente”. O Império do Efêmero, LIPOVETSKY, 2009, p. 180-181

tendência e incentivando o esquecimento da anterior; este por sua vez por redefinem o conteúdo que lhes é oferecido.

O consumo e a diferenciação de um grupo é a base do estudo a seguir; os fóruns são o palco ideal para observar discussões que são ricas e, um fator importante, os usuários estão alimentando a dinâmica como um hobby, como um hábito cotidiano de diversão. A produção e disponibilização de material dissertativo acerca de um produto, por exemplo, atinge níveis de sofisticação que superam, em muitos casos, dados colhidos por pesquisas tradicionais ou mesmo etnografias clássicas.

A autoconsciência do consumidor não é algo inferido ou interpretado por meio de complexos símbolos durante a etnografia, mas algo diretamente exposto pelo próprio sujeito em questão; esta é a problemática central, quando o consumidor demonstra um esclarecimento e clareza acerca da indústria ao seu redor de forma literal, literária e direta.

A título de ilustração, apresento o exemplo do site Amazon (amazon.com), no qual a seção de reviews para cada produto é reconhecida como um espaço rico e informado. Não apenas compilando informações técnicas sobre o produto em questão, mas incentivando a escrita por parte dos clientes acerca da experiência, das expectativas e finalmente, se recomendam ou não o produto. O peso do consenso coletivo é facilmente medido ao visitar qualquer produto disponibilizado pela Amazon, não há necessidade de buscar em outros sites, é conveniente.

O formato dos textos varia desde críticas escritas em um único parágrafo até análises profundas sobre a origem do produto, os diferenciais, os benefícios ou até mesmo coletâneas de dados presentes em outros sites. A variação estética é o ônus para a existência de um espaço desta natureza; justamente o oposto de um site jornalístico ou pautado por um indivíduo ou grupo pré-determinado como um blog que retém uma linha editorial pré-determinada.

O discurso escrito por um usuário, em um site como a Amazon, gera potencialmente um debate acerca de seu conteúdo; e para tanto os sites reservam uma sessão para respostas e

considerações. Um fórum, por outro lado, é um espaço construído especialmente para otimizar o debate e trocas de mensagens entre os usuários; um site como Amazon não é o palco para longos debates como é possível em um fórum.

No presente estudo, o potencial de retórica e de conteúdo de alta sofisticação dissertativa são os elementos chaves por trás do que pode ser chamado de ‘consumo consciente’ nos fóruns escolhidos. No decorrer dos dois principais capítulos será explicado, com minúcia, os mecanismos dos fóruns, os benefícios e os perigos da ferramenta; mas principalmente introduzindo um ambiente ideal para observar um nicho extremamente relevante: aqueles que produzem seu próprio conteúdo e estão abertos ao debate.

Capítulo I

Sobre o Fórum de Música

Verso - Refrão – Verso –Refrão – Middle 8 –Refrão

Um artista lança uma música ao público. A canção está presente na rádio. O público escuta a música. A canção é comprada pelo público.

Um artista lança uma música ao público. A canção está presente nas principais estações de rádio e atrai a atenção de seus fãs, sendo gradualmente disseminada em diversos formatos. O vídeo promocional está presente nos canais especializados. Os links para escutar via streaming pela internet estão presentes nas redes sociais. O artista está em destaque nas capas de revistas, programas de entrevistas, cartazes fixados pela cidade. A música impactou o público.

Os ouvintes que gostaram da música compram online ou escutam na rádio. A música é reproduzida em eventos sociais.

Após alguns meses, dependendo do sucesso comercial da música, ela gradualmente some da mídia e pode ou não se tornar um clássico que é resgatado pelos apreciadores eventualmente.

Um artista lança uma música independente de uma gravadora em alguma plataforma virtual. A música chama atenção de um público específico. Divulgação tímida que o cantor assinou um contrato com uma gravadora. Os bastidores da gravação de novas músicas e possivelmente de um álbum são divulgados. Fotos de divulgação revelando o conceito visual do primeiro álbum é vazado na mídia. A blitz midiática começa com entrevistas a revistas, programas de televisão e blogs. O primeiro single comercial é lançado ao público.

As rádios incluem a música à lista diária de reprodução. Ela é divulgada nas redes sociais mais populares. Os links são compartilhados para fãs de artistas considerados

semelhantes. As cópias promocionais vazam na internet e conseqüentemente a música está disponível em boa qualidade antes do lançamento comercial. A música impactou o público.

A música é lançada ao mercado. Especialistas escrevem suas críticas. O público tem acesso à posição de vendas que a música atingiu. Notícias sobre o próximo single ou o fim da carreira do artista é divulgado.

A variação de como é retratado o percurso que um artista e sua música faz até impactar o público é um exemplo expressivo de como a indústria cultural é complexa e adaptável a cada artista.

No primeiro cenário descrito, há uma simplicidade e linearidade no processo de impacto de uma música no público, de forma que reduz as variáveis do processo e retrata a indústria como uma fórmula garantida e sem variações.

O segundo cenário, por sua vez, traz o elemento de inserção na vida cotidiana, não apenas reconhecendo que o público é o que legitima a presença do artista acolhendo-o ou não (seja por meio de rádio, internet ou televisão por exemplo), como também explicita a vida útil de uma canção e como pode ou não vir a fazer parte da memória coletiva de um grupo (os fãs do artista, apreciadores de um gênero musical, dentre outros). O termo acolher é importante, pois, apesar do controle da indústria cultural acerca do que é oferecido ao público ser real, existe o ponto decisivo quando uma música é abraçada. Não é uma decisão unicamente dos controladores de rádio, mas de uma rede bem mais ampla.

Dentre as descrições resumidas de como uma música impacta o público, a terceira é um dos prováveis cenários que pode acometer um artista independente. As nuances sobre os bastidores do lançamento da música vão além do que foi descrito, mas vale ressaltar que não são informações divulgadas em fontes populares ou mesmo de forma ampla, é necessário um

interesse particular para alcançá-las. O batizado ‘interesse particular’ é um dos elementos chave para a existência e constante movimentação de fóruns sobre música popular, ou melhor, o pop.

Além do interesse pelos bastidores, é necessário destacar indivíduos que investem seu tempo não apenas em conhecer mais sobre um artista solo ou banda, mas naturalmente, sobre a sua música. A definição do que é um ‘fã’ varia imensamente, não apenas se restringindo à relação de consumo da música do artista, mas potencialmente do seu estilo de vida, valores retratados e moda, por exemplo. Os principais elementos deste capítulo é a autoconsciência e o posicionamento de entusiastas presentes nos fóruns escolhidos.



A música pop é um estilo musical intrínseco da indústria cultural não apenas como uma das principais bandeiras, mas também como o para-raios para críticas. O elemento que assume a importância imagética e comercial na linha de frente com retorno comercial como o objetivo de muitas gravadoras, também sendo o processo mais criticado e facilmente apontado como inócuo e sem valor artístico.

⁷ <http://8tracks.imgix.net/i/000/773/411/pop-art-gary-grayson-3992.jpg>

Esta dicotomia não é novidade, contudo quando encontramos cenários em que o consumo e a crítica/análise não se contradizem, nos deparamos com um cenário sofisticado e inusitado.

Dentre os diversos websites dedicados à celebração da música pop, existe um que não apenas expõe em seu blog notícias sobre os artistas e críticas sobre suas canções; mas consolidou um fórum que discute a música pop com a simplicidade do primeiro exemplo deste capítulo. Da mesma forma, analisa as nuances e os bastidores da indústria que movimentam o mercado deste gênero musical, como no terceiro exemplo. Tudo graças aos membros e leitores que diariamente alimentam este fórum.

O site PopJustice foi criado em 2000 com o objetivo de celebrar o gênero musical, valorizando e argumentando sobre as músicas e artistas que “merecem” sucesso e um lugar no cotidiano dos consumidores. O editor-chefe do site Popjustice, Peter Robinson, também conhecido como Mr. PJ, resume a premissa do site:

“Popjustice continues its mission to give pop precisely the level of respect it deserves. Sometimes it deserves very little.”⁸

Durante as próximas seções, será explicitado como os participantes lidam com os temas propostos. Um dos diferenciais do fórum PopJustice está no entusiasmo e defesa do gênero musical em questão; além de desconstruir entendimentos baseados em maniqueísmos da indústria, e levantar a responsabilidade do consumidor.

A responsabilização do consumidor é destacada em praticamente todas as discussões de cunho estético e sobre os bastidores. Há um esforço consciente de investigação sobre toda a rede e variáveis que um artista tem ao seu redor para chegar nas paradas de sucesso, e novamente, o consumidor como centro do furacão. Quais são os elementos que trazem elucidação acerca do processo? Essa é uma das perguntas chaves. Não há um guia de como cada participante chegou ao nível de interesse que está, mas a discussão sobre a clareza dos processos da indústria é

⁸ <http://www.popjustice.com/about/>

apresentada sempre, e com entusiasmo. Vale ressaltar que diversos artigos e postagens do fórum reconhecem as consequências que um gênero intrinsecamente atrelado à uma indústria traz consigo. Em nenhum momento os membros do fórum negam que é possível se deparar com artistas com talentos questionáveis ou fascínio cego por parte de alguns fãs.



9

Em Defesa do Alvo-Fácil

Antes de explorar os tópicos mais interessantes do fórum, segue um exemplo introdutório do posicionamento do site Popjustice, trecho do Manifesto escrito pelo editor-chefe:

To start off with Popjustice was a bit defensive of pop's territory. We used to get overexcited about how boring indie music was, and we would bang on about how amazing pop music was in contrast. As time has passed, while we would still struggle to care less if Bon-Iver never made another record, the idea of pop versus indie seems like something that should be left behind in the debris of the last millennium. Indie fans may need to imagine pop music as an 'enemy' in order for their cherished 'alternative tunes' to be an alternative *to* something, but pop music does not require indie to be bad in order to be great. To be a fan of pop – this massive, brilliant meta-genre that picks the best bits of everything else anyway – your horizons are already broader than you might think. Ultimately pop is not a different genre to all those other ones – it is a lightning rod that grabs the best bits of other styles and makes them brilliant. Having said all this, we do know that pop music at its best is better than the best alternative music. At the other end of the spectrum we are not sure whether the worst alternative music is also

⁹ <http://www.popjustice.com/wp-content/uploads/2012/08/PopjusticeTwitterLogo.jpg>

worse than the worst pop music. We suspect that the very worst pop music we will ever hear is probably worse than the worst alternative music. With pop the stakes are far, far higher, the extremes far, far more exhilarating. There is nothing greater than great pop, and nothing more dismal than bad pop.¹⁰

O estigma que rodeia o gênero musical em questão é um das características mais presentes nos artigos do site principal e no fórum. A abordagem acima não se restringiu apenas em defensiva diante de outros gêneros musicais, mas também à justificativas que defendem os ouvintes, os artistas, a estrutura musical e, em alguns casos, é levantada a bandeira de um posicionamento mais crítico diante do consumo. Estes elementos são todos problematizados de forma ímpar no fórum.

A vigilância diante dos ‘constantes ataques’ e inclusive a própria existência do fórum é posta em debate, uma meta-discussão sobre o que é ser um fã que frequenta um espaço virtual tão especializado e quais são as consequências de gostar da música pop; tudo isso, como uma das características do site, com muita auto-ironia e sarcasmo.

Por fim, existem discussões estéticas presentes no fórum, especialmente quando ‘defende-se’ a relevância do gênero musical, pautada em muitos casos negando os processos de ‘esclarecimento estético’ que não apenas teóricos defendem, mas o público em geral. A experiência de ouvir uma música, apreciar a carreira do artista e discutir o direcionamento de um single são expostas como uma finalidade por si só.

“THE POPJUSTICE COMMUNITY”

*“I love reading the differing opinions and I love the debates
I also love the fact that you introduce me to stuff I would normally not hear” –*

*“It's informative and some of the posts are so funny. In the main non judgmental - you can post
pretty much what you want and most people don't take offence.” –*

*“I like it because if I say "hey, this was produced by max martin." we all know who he is. I
can't talk about producers/writers or anyone not popular in the states to my friends. They "like"
music, they don't "love" it in the same way.” –*

¹⁰ <http://www.popjustice.com/about/#ixzz2fFi2CMvb>

“...I'll add that those boards are probably the best way for Johnny foreigners to get a glimpse into English pop culture when they can't experiment it first hand.” –

“I like reading and watching the mixed comments and opinions for artists because some people change like the wind. For instance, any popstar who has good songs, but then is disliked by the majority of the public - it's funny to watch how people support, then oppose a couple weeks/months later.” –

“I like reading posts by people who are passionate about the music they love, and who have interesting, articulate things to say. Most people accept their favorite pop stars are flawed and love them for it.”

O exercício cotidiano dissertativo sobre pop e artistas gradualmente desenvolve, entre os membros do fórum, um sentimento de comunidade virtual¹¹, tanto que em diversos tópicos o termo ‘Popjustice Community’ é usado. Esta consequência não é inédita em fóruns; inclusive em diversos outros fóruns especializados em temas como automóveis, tecnologia, outros gêneros musicais, cinema, dentre outros; é possível identificar as mesmas características onde alguns tópicos citam membros específicos, tradições e piadas internas no fórum.

A paixão e a devoção de muitos membros do fórum são explícitas nos tópicos referentes aos artistas e ao estilo musical em si, sendo um dos principais motores para auto-reflexão e crítica para finalmente defender por meio de longos parágrafos a relevância do fórum.

“WHY IS POP MUSIC UNCOOL?”

“Probably because some people want to die in misery” –

“Because the Beatles took all the fun out of pop when they went "serious". Now everyone thinks that this is the MOST IMPORTANT and ONLY CREDIBLE way to write music” –

“It all goes round and round in circles of coolness and uncoolness, like the Earth round the Sun, at the moment maybe we're in pop's cool winter.” –

“Who wants to be cool anyway?” –

“...friends complaining about singers who don't write their own songs is the most aggravating thing to me about music. I mean, whenever you go to the theatre, do you complain that the actors did not write their own script/write their own songs/create their own costumes? Why

¹¹ ‘Uma comunidade virtual é construída sobre as afinidades de interesses, de conhecimentos, sobre projetos mútuos, em um processo de cooperação, ou de troca, tudo isso independentemente das proximidades geográficas e das filiações institucionais.’ Ciberultura, LÉVY, Pierre, 1999

should music be any different? At the end of the day I do not care who wrote the song, or really who sings it, I just care about whether or not I enjoy the music.” –

“ I think in spite of everything we all know why pop is not cool. It's not cool because of the Girls Aloud merchandise stalls, it's not cool because of the years and years of opportunism and greed on the part of managers, labels and artists, it's not cool because a huge amount of it is made specifically for groups like "housewives" and "children" and "gays" who, time and time again, fall for the oldest tricks in the big book of marketing”

“WHY DO MUSIC SNOBS HATE THE IDEA OF ‘MANUFACTURED BANDS?’”

“It's not really just about the writing process though, it's the whole thing. We know how the manufacturing process works - we know that you can take an ordinary person off the street, who looks quite rough and can't sing and give them a song, autotune, airbrush, market and style. No one wants to be caught out worshipping false heroes, which is why they knock all manufactured pop, rather than judging it on it's merits” –

“There is this huge element of frivolity associated with it, and a perceived lack of depth... I think PJ is right in saying that the mass majority of music listeners - i.e: beyond the niche of serious pop fans on here, although I'm sure there are at least a few on here who would also agree - would like the music they listen to, when they want to 'connect' with an act and their music, to come from the act themselves, or at least for them to have had a hand in it.” –

A base de muitos argumentos são as visões externas ao fórum, sempre comparando a percepção do gênero musical pop diante de todos os outros gêneros. Levantando uma tendência das postagens, é possível mapear os elementos que fazem do gênero pop um dispositivo com fins lucrativos e em segundo lugar distante, finalmente, um gênero musical.

Já que o gênero é tratado como um produto, as discussões são levantadas com argumentos que reconhecem tal cenário, mas não se prendem a ele, e posteriormente entram no mérito dos pontos fortes da música pop. É destacado em diversos tópicos o teor volúvel do que pode ou não ser considerado relevante hoje e amanhã visto como desnecessário.

A Familiaridade com a Música Pop

Um benefício claro sobre a etnografia de um fórum: todos os tópicos estão a disposição, e todos os posts também; ou seja, um benefício praticamente impossível se as mesmas perguntas fossem feitas em um grupo focal ou mesmo pessoalmente. A experiência de “acesso livre aos tópicos” é um dos mecanismos que mais fomenta a participação e garante a presença de leitores

constantemente, esta autonomia exacerbada (com a presença de um moderador para frear os excessos) possibilita respostas inéditas e que verbalmente seriam improváveis.

Nota-se a informalidade e liberdade nos estilo de argumentação de vários posts, alguns recorrendo ao humor como resposta, mas sem perder o foco de ‘defesa à música pop’; igualmente a presença de respostas elaboradas a partir de críticas conscientes que a indústria cultural está sempre presente.

Além do senso de familiaridade, os fóruns se transformam em um ecossistema com estéticas particulares. Os membros não apenas argumentam, demonstrando familiaridade com a indústria, mas parecem ser plenamente conscientes que os outros gêneros musicais não são necessariamente tão complexos quanto a indústria pop, muitas vezes por falta de informação acerca dos bastidores. Mesmo com esta diferença em mente, o estigma ainda é o ponto forte.

A responsabilização da escolha do ouvinte da música pop é posta no holofote constantemente. É possível encontrar páginas e páginas de postagens com justificativas e análises de uma música e, o pulo do gato: as razões da importância que aquele indivíduo dá àquela música.

Um espaço virtual especializado como o fórum em questão traz à mesa argumentos escritos de forma que termos como autotune¹² e airbrush¹³ são usados assumindo familiaridade com as técnicas. Caso o leitor tenha iniciativa de pesquisar por conta própria os significados, gradualmente se torna um leitor avançado sobre o tema, compreendendo os posts mais específicos do fórum. Gradativamente, após visitas e mais visitas, um visitante leigo, por exemplo, esgota as suas referências sobre o tema em questão e é desafiado a ampliar seus limites de entendimento.

O processo de familiarização exposto nos dois parágrafos acima está longe de ser um fenômeno inédito a este fórum, mas indica a amplitude e alcance que um tema como pop pode

¹² Autotune: software dedicado a regular a variação dos vocais do cantor.

¹³ Airbrush: software dedicado a alterar fotografias, comumente usado para emagrecer e ocultar características do modelo.

atingir. Além da consciência sobre a indústria cultural, o consumo gera neste grupo específico um universo que gradualmente se fecha para forasteiros.

Esta especialização traz uma maldição consigo, atrelada justamente no potencial crítico e de ressignificação apresentado pelos membros. Os textos postados no fórum são baseados em análises complexas, tornando-se, uma leitura nada acolhedora. Estamos diante do perfeito oposto do consumo pontual de uma música sem maiores consequências e engajamento, uma atitude criticada pelos membros do fórum. Assim, temos um contraponto ao paradigma de crítica ao consumo inconsequente e passivo.

A música pop, que é vendida e disseminada como o gênero musical mais fácil e muitas vezes pueril, encontra um canal que justifica a complexidade de algumas postagens e subverte a lógica de que a ‘baixa arte’ merece tal rótulo. O mérito da música pop é tratado com a mesma seriedade, ou em alguns casos, de forma mais minuciosa e informada, que os fãs de gêneros com o benefício histórico de serem apreciadas como alta arte.

Os membros do fórum PopJustice exercitam o senso crítico abraçando a indústria cultural e não negando-a.

O Eclético e o Hábito

A dicotomia de ‘alta arte’ vs ‘baixa arte’ é uma discussão datada, alicerçada em argumentos baseados em hierarquias estéticas. Goldthorpe¹⁴ em seus estudos desconstruiu esta noção de consumo cultural estratificado, pois a dinâmica da distribuição e do acesso a gêneros musicais diferentes alterou radicalmente a dinâmica clássica.

Considerando o advento de mecanismos como a internet e o fato de que o público demonstra autonomia às mídias clássicas em relação às suas escolhas; e mais importante, nota-se a otimização das ferramentas de compartilhamento, não apenas de obras (seja analógico ou

¹⁴ ‘Social Mobility and Class Structure in Modern Britain’, GOLDTHORPE, 1987

digitalmente), mas de opiniões e até de críticas que rivalizam o conteúdo antes restrito à veículos especializados.

Vejam os cenários a seguir: um indivíduo que aprecia jazz também aprecia rock e “músicas da temporada”. Um ouvinte de Ópera também ouve Trip-Hop. Um fã de Darkwave traz consigo em seu leitor de MP3 coletâneas de Pop Asiático e Chanson-Française. Um ecletismo musical que transcende o rótulo pop, e ainda assim estão todos presentes como membros do fórum PJ.

O conceito de omnivorous, termo oriundo do latim *omni vorare*, significa ‘o que tudo come’, sintetiza o conteúdo destes exemplos. A discussão no fórum contempla diversos gêneros, especialmente em discussões sobre produtos que ultrapassam as fronteiras do que é considerado pop, inclusive discussões sobre percepção e identidade na indústria cultural (como ilustrado em diversos Posts do Fórum neste capítulo).

Diferentemente de décadas passadas, onde a rádio e a televisão eram os mais potentes e absolutos mecanismos de difusão de cultura pop, hoje, com a maior acessibilidade a viagens, a troca de informação e inclusive a troca de mercadorias; o indivíduo que ‘tudo come’ tem à sua disposição um acervo antes disponível somente àqueles com altos privilégios financeiros (PETERSON, 2005).¹⁵

Como citado anteriormente, existem diversos fóruns sobre infinitos temas, porém quando a discussão é sobre música, não são todos os estilos musicais que oferecem acesso às informações privilegiadas como os bastidores e planos estratégicos de lançamento de um novo álbum. Por exemplo: é possível investigar e acompanhar a carreira de um Quarteto de Cordas, entretanto dificilmente a mídia será um coadjuvante; Ao contrário da cultura de celebridade que fomenta a indústria pop.

O conceito de música pop é comumente explicado como ‘pop = popular’. Felizmente para os fãs do gênero e para os observadores atentos, esta definição não engloba toda a

¹⁵ Changing Arts Audiences: Capitalizing on Omnivorousness, PETERSON, 2005

amplitude do que é praticado por muitos artistas e até mesmo quando negam-se condições clichês como músicas feitas com um público em mente, músicas presentes nas rádios e artistas que visualmente se encaixam nos padrões de beleza comerciais. Daí resgato o entendimento de que muitos fãs de música pop são omnivorous e conseqüentemente o consumo da música pop atual não está atrelada a falta referências musicais sofisticadas.

A existência de um fórum como PopJustice, e de seus usuários que alimentam com fervor a retórica cotidiana, é por si só um indicativo claro de consciência e responsabilidade do que é consumido, ou melhor, experimentado. O que os indivíduos que povoam o PopJustice trazem à tona é a possibilidade de observar a inversão de uma dinâmica no qual os consumidores são vistos como vítimas (BAUDRILLARD, 1970). Cada postagem é um argumento contra tal inferência e mais argumento para reavaliação do que consideramos consumo consciente.

Como exemplificado na Introdução, o que pode ser chamado de ‘consciente’ pode tomar formas variadas e não necessariamente ligadas somente à negação da indústria e do consumo. A problemática central da curadoria em questão se realiza no *consumo como experiência*.

Considerando que são membros de um fórum por livre espontânea vontade, escrevem os posts e discutem por lazer, nota-se discussões sobre os mecanismos que rodeiam os produtos que consomem com um dos elementos incentivadores inclusive. Como Bourdieu¹⁶ já levantou em seus estudos: o grupo se afirma pelo conjunto de hábito, neste caso é um hábito que não está pautado pelo produto que consomem, mas em como é a experiência do que consomem. Interessantemente esta experiência é pautada muitas vezes pelos próprios ouvintes, e não é um processo fomentado diretamente pela indústria cultural.

¹⁶ Habitus é um instrumento conceptual que auxilia a apreender uma certa homogeneidade nas disposições, nos gostos e preferências de grupos e/ou indivíduos produtos de uma mesma trajetória social. Assim o conceito consegue apreender o princípio de parte das disposições práticas normalmente vistas de maneira difusa. “A teoria do habitus em Pierre Bourdieu: uma leitura contemporânea” BOURDIEU apud SETTON, Maria. 2002

HOW COMMERCIAL CAN POP MUSIC BE?

“So, as noted in my Kelis/Fergie postings, I am getting sick to death of pop music that is made to just sell records. The music coming out of these peoples assholes mouths these days is an abuse to the word "music". I'm not saying that this is an irreversible trail, I would say several artists who have come out with strictly commercial shit have one more credit by me than ever”

“Pop music is always evolving, it seems you don't like the direction it is going (i.e. far less eurocentric and more ethnic: more beats/rhythm and less melody). Pop music is adapting to an audience which has completely different reference points to you. Just because you aren't feeling it doesn't make it any less valid. The whole notion that anyone is being brain-washed is absolutely ridiculous and reminds me of the attitudes to rock and roll and electro when they first became popular.” –

“You are not the arbiter of what is good or bad pop music, there is no universal decision about how it can be done 'correctly' because music only reflects the audience who are buying it or at least for the first time it appears to genuinely represent. It seems that you are stuck in an era bygone.” –

“Pop music is out there to make money, and no artist is going to be able to redefine the genre with every single they release. Anyway, there is a lot of great, creative music out there - it's just not all on the radio anymore.”

WHAT POP SHOULD BE ABOUT?

“You can literally waste years trying to create the ultimate definition of pop as a genre, and still be non the wiser.” – “Musical fascism is the most boring waste of anyone's time. i thought we lived in a time when genre was being obliterated by sentiment. who cares if it's indie, pop , metal, grime - if the music sounds good and the message is spot on then that's all that counts surely” –

“Manufactured pop can be brilliant but there is nothing more depressing than manufactured pop which has been manufactured badly. What's the point?” –

“I think everyone is too quick to generalize what other pop fans should/shouldn't enjoy. If the PJ boards have proven anything, they've shown how diverse we pop fans in our tastes. Most people shit all over pop music so coming here I think we all expected to find our "group," people with the same tastes as ourselves but were surprised to find that we don't all like the same things. We all just need to be a bit more careful when dismissing something as "crap pop" or at the very least ready for an debate with their fans.” –

“Pop music doesn't even have to be popular anymore.” –

“The problem isn't "us." It's not about what "we" (as pop fans) think pop "is," or "should be about." The problem is with everyone else in the music industry and what *they* think pop is. Today, "pop" means anyone who doesn't write songs, doesn't play a guitar, and doesn't sound as awful on their CD as they do live.”

A existência de textos escritos, listados acima como exemplos, resumem a heterogeneidade de perspectivas e abordagens por parte dos membros. O que une este grupo é o exercício constante sobre os mecanismos que definem as fronteiras do que pode ser considerado ou não a música pop. A socialização do grupo se realiza pelas referências culturais que os acometem; os valores compartilhados e discutidos moldam um ambiente seguro que gradualmente definem e configuram as expectativas do que o gênero musical pode vim a ser.

O impacto estético da música é sempre discutido, seja em tópicos sobre uma música ou sobre o gênero (como exemplificado acima). Como os membros são conscientes que a música é um produto e que na maiorias dos casos o objetivo é a venda, é comum ler opiniões sobre o possível sucesso comercial ou fracasso; entretanto um elemento diferenciador é o ‘significado’ daquela música diante de todos os outros artistas e o gênero musical em questão.

A dissertação dos membros do fórum acerca de questões estéticas não se realiza de forma unilateral, ou seja, não importa apenas o discurso do artista. É questionado se entrevistas são confiáveis. Os artistas são sarcasticamente nomeados quando respondem de forma pouco espontânea; e não é ignorado quando o cantor demonstra um pobre conhecimento sobre sua própria obra.

Em diversas postagens no fórum é possível identificar a clareza diante das características que um artista apresenta e seu resultante sucesso ou fracasso. A discussão cotidiana, por sua vez, é normalmente alicerçada em diálogos sobre os artistas que demonstram maior popularidade com o grande público, apesar dos esforços de muitos membros em balancear este cenário, o fórum espelha as paradas de sucesso. Existem artistas que são apreciados pelos membros que não atingem sucesso comercial, mas são a minoria, estes por sua vez, não usufruem do apoio de uma grande gravadora e/ou mídia.

Os artistas mais populares, e especialmente aqueles acusados de serem manufaturados, em outras palavras, moldados para agradar o grande público, também são discutidos a fundo, especialmente a sua música, que é problematizada e elogiada seja escrita ou não pelo cantor em questão. Há o outro lado da moeda, o fato de que um artista é manufaturado é tratado de forma sensível pelo fórum, muitos inclusive encaram esta característica como a fraqueza no argumento geral, afinal, a premissa do site Popjustice é o fortalecimento do estilo musical, sem culpas e sem desculpas.

Diante deste agravante, ainda assim, análises sobre os diferenciais do artista são escritas com minúcia, citando fontes como jornais, entrevistas e inclusive postagens antigas do fórum.

Esta cultura da retórica se fortalece a cada ano que passa, mesmo quando o cenário da música favorece ou não o estilo musical em questão.

Os membros postam assumindo uma certa familiaridade do leitor inclusive com o histórico da música pop, ou seja, análises que estão contextualizadas no histórico dos elementos que constroem o gênero musical não são revisitadas em todos os tópicos.

O esqueleto de uma canção é constantemente posto em evidência. Existem quantos refrãos? Segue uma estrutura clássica de verso seguido de refrão? Não existe refrão nesta música? O artista desconstruiu um hábito presente anteriormente em sua discografia? O artista propôs alguma ideia inédita? É repetitivo? Estas e outras questões compõem os diálogos que ampliam os limites da experiência da indústria pop.

O grupo vai além do que lhe é proposto e oferecido como possibilidades de discussão inicialmente, e gradualmente o fórum se torna um banco de opiniões sofisticadas escritas por entusiastas e problematizadores estéticos.

POP STARDOM ACHIEVED BY TALENT VS MARKETING

"Now"? It's always been the same, let's be honest. People just have more access than ever to seeing what goes on behind the curtain. The process hasn't changed, society has." –

"I see where your coming from, but to achieve "pop stardom" you must be marketable. There is no such thing as a "non-commercial" pop star that is on a globally relevant level on the likes of Lady Gaga, Rihanna, etc. Also, what your view of "talent", may not be what someone else views as talent. This thread IMO is completely useless because it will basically come down to the argument of who people think are talented and who they think aren't. As an artist you have every right to make good music, but if you want to be successful you can't put yourself in a box and continue to try to sell a genre the masses are not interested in." –

"I wonder if someone like Phil Collins would happen today." –

"Pop music, the music industry itself in fact, has never been purely about talent. Since the 50s there have been svengali figures, acts signed on their looks and their potential to be marketed at a particular audience. Only in the rock and folk scenes did a more altruistic attitude take hold, where the music really did matter and lots of hairy, shy, oddball characters with maverick talents were given a chance. Pop, through the 60s, 70s and beyond, has mostly been about exploitation and marketing. The difference between then and now is the content itself. The songs were generally better, the acts were more varied (cynical marketing didn't confine itself to teens, like now), and careers lasted a bit longer. And sometimes, just sometimes, one of those throwaway acts dreamed up as a contrived moneyspinner would evolve and outgrow their beginnings and become decent artists in their own right."

Conteúdo Oferecido de Bandeja

Considerando o fórum Popjustice como um nicho, como outros fóruns sobre temáticas especializadas; temos à nossa disposição material escrito e postado por indivíduos que se posicionam à frente de debates sobre lançamentos, tendências, benefícios, preconceitos e outros temas. A dinâmica presente em uma etnografia virtual como Popjustice, foi o equivalente a uma grande roda de discussão onde todos os membros são extrovertidos, onde todos querem falar algo, e falam. Não há preocupação em ofender alguém por ouvir em silêncio total, não há esforço a ser feito para convencer alguém tímido a falar o que acha. Este é o benefício mas também é a lacuna.

Ao contrário de uma entrevista ao vivo, por exemplo, no qual o antropólogo desenvolve um diálogo direto com um indivíduo e pode estimular respostas inéditas e insights maiores; no fórum o material escrito está protegido por trás de um apelido, e adicionalmente, o possível constrangimento de responder algumas polêmicas ou mesmo entrar em verborragia não existe em fóruns. Como a premissa é um diálogo descompromissado, a ousadia em disseminar opiniões de cunho “destrutivas” é uma marca muito comum em espaços de livre postagem na internet, e não se restringe aos fóruns.

Além da interação que assume uma dinâmica quase de ping-pong na discussão de um tópico, os membros comumente refutam a opinião anterior e gradualmente aprimoraram a discussão proposta. A construção de narrativas e argumentos no fórum Popjustice, por sua vez, é marcada pela negação de entendimentos no qual os argumentos clássicos tem potência; pelo contrário, lê-se um esforço constante nas postagens de subverter as expectativas de limitações e fronteiras impostas por críticos especializados. São poucas as publicações que não recebem negativização ou críticas por parte dos membros do Popjustice. O fórum desenvolve uma agenda claramente de resistência aos críticos da música pop.

Diante de postagens no fórum no qual o leitor aprende gradualmente sobre o gênero, as fronteiras sobre onde os dados considerados confiáveis estão são ampliadas. Além de sites

jornalísticos de música, sites oficiais dos artistas, é cada vez mais comum encontrar material dissertativo sobre obras musicais e artistas em blogs e fóruns. O empoderamento destes mecanismos como influenciadores e como produtores de conteúdo relevante potencialmente fortalece o público em geral, mas especialmente aqueles que se propõem a escrever e subverter expectativas míopes.

As Variantes Contemporâneas

Um dos benefícios do aumento ao acesso à internet por parte do público é a inversão e subversão do caminho clássico que as informações antes caminhavam para chegar ao grande público. Por exemplo, quando uma gravadora promove uma festa de pré-lançamento de um single para jornalistas e convidados especiais. O relato dos jornalistas era uma das únicas fontes disponíveis de informações sobre o futuro lançamento. Os fãs estavam à mercê da competência e da boa vontade de jornalistas, e outro agravante, se a mídia impressa era disponível em sua cidade.

Há vinte anos, por exemplo, as variantes da indústria cultural estavam predominantemente nas mãos das agências, hoje em dia foge ao controle usual e realmente atinge outro patamar de envolvimento do público com o advento da web 2.0.

Atualmente, um evento de pré-lançamento de um single é uma prática pouco comum, pois as chances dos detalhes sobre a nova música ‘vazarem’ na internet são altíssimas e mesmo nos cenários mais raros, onde uma gravadora consiga marcar um evento exclusivo, ainda assim, algum elemento é exposto ao público. Destaque para os recentes esforços de muitas gravadoras em maquiarem estes vazamentos de informações privilegiadas como não planejados, mas posteriormente vê-se que foi orquestrado pela própria gravadora como mecanismo para criar ‘burburinho’.

Alguns temas que são discutidos no fórum indicam tendências e apontam o direcionamento da indústria que rodeia os ouvintes. As variantes que rodeiam um artista são numerosas e a cada dia os paradigmas são alterados, seguem abaixo alguns exemplos.

IS THE ABUM DEAD?

A couple of years ago, when iTunes took off and you could buy tracks individually, some analysts said that the album, as a format, was dead - and that people would just be buying individual tracks as they want them. Whilst this hasn't strictly happened yet, I myself find myself the owner of a much more diverse collection of music than I would have had a few years ago, but with many fewer albums. I still buy quite a few, but not half as many as I would have done. –

So the individual pop track is back and kicking, but will the album hang on? –

The theory went something like this: if Joe Consumer had the option to just buy a single track off of an album, the rest of that album had better be damn good in order to convince him to make the leap to the whole package. Essentially, giving people the option of detaching the crap tracks from an album and only purchasing the good ones should make an artist work harder on every track rather than just tacking on some filler between the singles. Sadly that hasn't really happened yet. Mr. and Mrs. Joe Consumer, Sr. are still buying albums in the stores, meaning the AC format artists don't have to worry about this revolution, and their young children Joanna and Joe, Jr. just buy the album of whomever is 'in' without thinking of overall quality or value. Those of us in the middle (the older-teen to mid-thirties) group are the only ones who seem to care about this kind of thing.

DEATH OF THE RECORD INDUSTRY

Recorded music is losing its intrinsic value as excludability becomes economically impossible. So instead of the single being seen as promo it will be the entire album - a la Prince's Daily Mail CD give away.

This may force record labels to play a longer game with all artists, including pop artists. having to sell singles at a loss whilst waiting for the big money of the arena tour. –

I think it's only fair that the labels get a cut of money made from gigs which sell out - more often than not - on the basis of a public profile the labels have invested money in creating. –

I think the record industry is constantly villified sometimes, but signing to a major label or a high profile independent label is still the easiest way of getting your music heard, marketed and distributed. If you, as an artist, don't want a label to earn any money from your success, then don't expect them to invest in the first place. --

As agências, imbuídas com a missão de gerenciar e vender um artista ao público, ou melhor, ofertar a sua música; estão inseridas em um mercado onde as variáveis ilustradas acima são o lugar comum, e estas diariamente se alteram.

As discussões presentes servem como um mapeamento da situação, como um diagnóstico dos elementos que vão além da variável gostar ou não da música. A pergunta chave para muitas agências é: como a música do nosso artista impacta o público? Além dos fatores que são gerenciáveis pela equipe principal, como a indústria responde aos novos formatos de distribuição de músicas? Todos estes questionamentos foram feitos pelos membros do fórum.

No fórum PJ, em blogs especializados e mesmo na seção de comentários de jornais encontram-se análises que desconstroem a imagem do consumidor que deseja 'passar a perna' na indústria. É possível ler propostas de soluções para tais problemas como a chamada pirataria,

pois muitos fãs investem suas energia para a manutenção da indústria. Por sua vez, esta indústria visionada por entusiastas pode não ser a mesma das agências, ainda assim, são conteúdos que deixam qualquer relatório de grupo focal no chinelo.

As postagens do fórum, surpreendentemente, simplificam muitos dos cenários considerados complexos. As explicações são simples a ponto de desconstruir esforços multimilionários como ações de marketing maquiadas como espontâneas. A ironia e a agressividade de alguns tópicos são possíveis somente em espaço virtual, certamente a mesma proposta seria recebida com resistência pessoalmente.

Último Refrão

É necessário ponderar acerca da natureza do tema proposto, pois a música pop carrega uma bagagem cultural pesada. Para alguns indivíduos é ampla e (multi)aplicada, e como explicado diversas vezes, para outros é algo superficial e sem valor estético. Devido à sua presença cotidiana, não apenas como elemento que constrói o imaginário popular, em forma de canções memoráveis, trilhas de filmes, trilhas de feriados, trilhas de festas particulares, etc; mas também como um produto constantemente oferecido e aprimorado.

Para manter um fórum vivo, movimentado e coerente é necessário um engajamento diário por parte de seus participantes, e daí vem o benefício de ser encarado como um hobby por tantos, algo feito com prazer. O diferencial da leveza e abordagem muitas vezes bem humoradas dos membros do Popjustice reflete no seu tema cotidiano: a música pop e o fator entretenimento. Novamente, quase como um refrão, o comércio e o espetáculo são onipresentes; característica considerada uma infelicidade por muitos membros que buscam a música pop independente da lógica da indústria cultural.

Verso 1 – Verso 2 – Pré Refrão – Verso 3 – Bridge – ? – Middle 8 – Refrão

Interlúdio

Partindo do cenário previamente estabelecido de fóruns como espaços otimizados para discussão, e além disto, como palcos para problematização do tema em questão, observa-se um processo de engajamento diferenciado. O destaque ao debate como uma finalidade por si só é uma forma direta e concisa de legitimar este hobby como algo prioritário para o grupo.

A priorização desta atividade por parte dos participantes, disponibilizando e investindo tempo do cotidiano para alimentar uma comunidade sem fins lucrativos; muitas vezes com textos extensos e embasados em pesquisas que rivalizam textos profissionais; é um claro exemplo da amplitude do que podemos considerar como a experiência do consumo de um produto.

O fórum descrito no capítulo anterior é uma biblioteca de numerosas páginas com material escrito por consumidores de um produto que muitas vezes não excede três minutos e meio de duração, contudo, o alcance do produto demonstra a enorme rede nos bastidores, não apenas para distribuição, venda e divulgação; mas a verdadeira movimentação cultural que resulta na existência de uma comunidade ao redor de um produto.

O empoderamento do público diante da quantidade de informações disponibilizada traz à tona a natureza de como a informação não é filtrada por um intermediário externo desde a sua fonte (no caso da música pop seria a gravadora, a assessoria oficial ou, com o advento de redes sociais, o próprio artistas) isto possibilita ao público um exercício mais sofisticado de crítica e análise, comparado à época pré-internet por exemplo.

A experiência de consumir as canções ou a obra de artistas atinge uma ressonância emocional não apenas cotidiana, alterando a vida do próprio consumidor, mas também de uma possível influência direta na percepção de outros leitores/escritores. Ulrich Beck levanta em seu

trabalho as características da perspectiva cosmopolita¹⁷. Além do senso de comunidade que o fórum usufrui, há a empatia existente entre os membros que assumem a perspectiva de outro indivíduo de forma complexa, graças às longas ou numerosas dissertações sobre o tema compartilhado.

O engajamento presente neste fórum pode ser chamado de passatempo, porém com risco de ignorar o ponto chave: a reflexão e empatia acerca do próprio consumo por meio dos participantes durante dias, meses ou anos é a experiência.

Não menos potente, mas de forma diferente, o engajamento que muitos indivíduos possuem com os produtos tecnológicos é uma outra vertente com potencial para investigação sobre os mecanismos e a dinâmica que os criadores de conteúdo demonstram diariamente.

O segundo fórum será apresentado no próximo capítulo e novamente o foco será propositalmente um tema considerado por muitos como pueril: o videogame. Antecipo a informação de que o fórum em questão não se prende somente a este tema e que a popularidade do mesmo é tremendamente maior do que o anterior.

Sem diminuir o mérito dos membros do PopJustice, no caso do próximo fórum o potencial crítico acerca da informação produzida atingirá níveis mais sofisticados, este é o mote do próximo capítulo.

Finalmente, um membro do fórum com todo seu senso crítico apurado, exercido em seus textos escritos para postagens públicas, e com o intuito de debater e informar os eventuais visitantes, gradua-se do rótulo de consumidor para usuário.

¹⁷ 'Global sense, a sense of boundary-lessness. An everyday, historically alert, reflexive awareness of ambivalences in a milieu of blurring differentiations and cultural contradictions. It reveals not just the 'anguish' but also the possibility of shaping one's life and social relations under conditions of cultural mixture. It is simultaneously a skeptical, disillusioned, self-critical outlook.' BECK, Ulrich. *The Cosmopolitan Vision*. 2006

Capítulo II

Sobre o Fórum de Videogame

A música pop mudou e adaptou-se ao mercado desde os anos 50, sempre alterando a sonoridade do que pode ser considerado uma canção pop, não surpreendentemente gerando debates de ordem estética e comercial. Apesar de possível, não seria aconselhável resumir a trajetória deste gênero musical como uma linha crescente, mas sim como um gráfico de altos e baixos bem delimitados.

A rentabilidade da música pop sempre foi atrelada à sua existência, sendo justamente o conflito indicado por muitos críticos como a característica que sempre a impedirá de ser plenamente legitimada como uma arte merecedora de aplausos. Os membros do fórum PopJustice demonstram um apego à esta luta de forma ímpar, e por isto sua dinâmica de produção dissertativa se diferencia.

O que acontece quando a fome dissertativa não é saciada ao defender a “honra” do que o indivíduo aprecia? Adicionalmente, e quando é uma indústria que não é imediatamente ligada ao conflito de rentabilidade financeira obrigatória ou não? A indústria a seguir é claramente enraizada em lucro para seus financiadores e a dita “honra” não é uma guerra que seus entusiastas compram, a priori.

Diferentemente do cenário anterior, a indústria do videogame encontra-se em uma situação de constante fortalecimento e ascensão. Não há artigos nos jornais levantando uma crise da indústria do videogame e o aparecimento de novas tecnologias digitais não foram vistas como apocalípticas (apesar de não ser uma opinião unânime).

Fato notado por jornais e redes de notícias mundo afora, e cada vez mais explicitado em relatórios de economistas, a indústria do videogame está passando por um primavera, rivalizando o lucro da indústria cinematográfica, e para destacar as diferenças, a rentabilidade

média é maior (em notícia de 2009, do jornal britânico The Guardian já foi anunciado esta inversão do ranking¹⁸).

Numerosos fóruns existem acerca de temáticas ligadas à tecnologia e, apesar da influência do conteúdo de cada plataforma atingir uma relevância bem alta entre seus membros, resultando em uma cultura interna; poucas plataformas podem afirmar que influenciam a agenda da indústria que é analisada com tanto esmero. NeoGAF é o fórum que atinge este patamar constantemente.

O Inesperado Impacto

E3 é um evento especializado em videogame, sua sigla significa Electronic Entertainment Expo, no qual os principais produtores de consoles e jogos apresentam os projetos que serão lançados nos próximos meses e também o que esperar no futuro, com prévias conceituais.

Vale ressaltar que, inicialmente, a partir de 1995, este evento em suas primeiras edições era povoado por investidores, desenvolvedores de software, jornalistas e sua minoria o público pagante. Com o decorrer dos anos esta porcentagem se inverteu e hoje é um evento considerado pela prefeitura de San Diego como um dos principais eventos da cidade.

O principal atrativo é o anúncio, por parte das grandes empresas, de seus consoles de videogame (o microcomputador dedicado para executar os softwares) e dos principais jogos. Economicamente e culturalmente é muito relevante pois durante os próximos anos, as empresas investirão neste console como produtos chaves. Os jornalistas cobrem e analisam, as empresas rivais adaptam os seus planos de ação e o público decide qual produto comprará. Como agravante, devido aos preços acima da média para um produto doméstico, é muito comum que cada indivíduo compre um console a cada ciclo, conseqüentemente esta compra é muito valiosa para as empresas; e também entre os fãs que emulam rivalidades de clãs.

¹⁸ <http://www.theguardian.com/technology/gamesblog/2009/sep/27/videogames-hollywood>

Em 2007, a empresa Microsoft subiu ao palco após meses de planejamento, preparação em relações públicas, escolha de um porta-voz, no caso o Vice-Presidente de Marketing da empresa Jeff Bell, para apresentar os lançamentos e projetos que a empresa apostaria no ano seguinte. A mídia por sua vez também retribuiu o esforço na mesma moeda, com artigos bem embasados e com atenção a detalhes, desconstruindo a relevância dos produtos anunciados.

O grande público, por sua vez, expressou sua opinião na área destinada a comentários em sites de notícias, em redes sociais e por fim em fóruns. Dentre as plataformas citadas, o fórum NeoGAF, não diferente de outros, também teve um tópico destinado à discussão sobre o anúncio da Microsoft, e infelizmente para a empresa as opiniões postadas, em sua maioria, não foram complacentes e nem sutis.

Jeff Bell era membro da NeoGAF, porém não postava nem se identificava explicitamente como funcionário da Microsoft, e sim com o nome de usuário Bell801, garantindo certo anonimato. Adicionalmente era um membro que postava pouco, facilitando a sua presença no fórum de forma discreta.

Dentre os vários comentários presentes no Tópico, um membro individual tirou a última gota de paciência de Bell e conseqüentemente ele enviou uma simples mensagem privada para o seu instigador:

“And your contribution to society is... what?”

O usuário, curioso por descobrir quem enviou a mensagem, pesquisou por conta própria a identidade de Bell e quando descobriu postou no fórum, gerando respostas indignadas e críticas ao indivíduo e à Microsoft. O caso foi pescado pela mídia especializada, e posteriormente pela mídia mainstream. Bell cancelou seu membership do fórum imediatamente.

O alcance que um “simples” fórum atingiu comprovou que além do impacto interno, a indústria e a mídia reconhecem NeoGAF como uma plataforma com potencial de elevar um evento pontual às discussões maiores sobre a relação da indústria com seus usuários. Simples

não é o adjetivo ideal para retratar o fórum em questão; o complicado, ou melhor, sofisticado fórum retaliou rapidamente quando seus usuários foram questionados e desde então o senso de comunidade do fórum é cada vez mais forte, com camisetas, piadas internas se tornando citações fora do fórum e até mesmo agradecimentos em jogos e produtos variados.

Tal como os fãs de música pop mantinham um comportamento defensivo acerca de seus hábitos culturais, os usuários da NeoGAF o fazem também, mas de forma secundária, com menos tópicos e assuntos sobre esta problemática da defesa da honra. A mensagem do funcionário da Microsoft colocou em questão o estereótipo que um usuário de videogame é necessariamente alienado e que não contribui para a sociedade. O fórum por sua vez retrucou e a mídia não foi leniente. Desde então as empresas diretamente ligadas ao ramo de videogame estão mais cautelosas como lidam com seu público.

Este evento foi um dos catalisadores do sucesso de público e crítica sobre NeoGAF, expondo ao grande público um fórum dinâmico e com membros críticos, seja acerca de seus hobbies e também, como Popjustice, sobre a percepção externa a eles. A gerência do site também mudou sua atitude, com mais cuidado acerca dos temas discutidos, nunca com censura mas com, segundo eles, menos leniência a conflitos e críticas destrutivas.

O que é NeoGAF?



“NeoGAF is a nexus of hardcore gamers, enthusiast press, and video game industry developers and publishers. This is a neutral ground where facts and evidence, presented within the confines of civil, inclusive discourse, prevail through careful moderation.”¹⁹

¹⁹ www.neogaf.com

Em 2006 o fórum NeoGAF começou suas atividades em um servidor independente, atualmente com mais de 130 mil membros inscritos e meio milhão de tópicos registrados, a NeoGAF é um dos maiores fóruns disponíveis. Interessantemente, este número já é considerado alto em padrões normais, e mais impressionante quando leva-se em consideração que só é possível inscrever-se com o uso de uma conta de e-mail não-gratuita, conseqüentemente diminuindo a quantidade de possíveis candidatos. Atrelado à variedade de vozes e preferências, a NeoGAF traz consigo a força do dinamismo nas discussões com uma velocidade enorme na rotação de tópicos presentes, ou seja, o fluxo de novos posts é grande ao ponto de que a cada vez que um leitor atualiza a página, diferentes tópicos estão em destaque.

Considerando que ‘videogame’ é um termo que não delimita o estilo de jogo, a imensa variedade de tópicos e, principalmente, de indivíduos com gostos divergentes é um dos maiores benefícios do aclamado fórum NeoGAF. Videogame divide-se em diversos gêneros, como ação, luta, corrida, infantil, educacional, dentre outros. Assim sendo, o fórum obviamente terá tópicos dos jogos mais populares, que muitas vezes são campeões de vendas, mas há espaço igualmente para lançamentos de nicho, jogos que agradam um grupo menor mas fiel de entusiastas. Pela mecânica natural do fórum, não há hierarquia de tópicos em destaque, mas sim o destaque do assunto que recebeu a última resposta.

Um fórum popular, não importa o tema, traz o benefício da dinâmica de leitura do material disponível como se fosse um bate-papo entre os usuários. Um diferencial do fórum em questão é a presença de longos textos, analisando as nuances do tema proposto, e não apenas por parte de poucos usuários mas de um número que caracteriza a dinâmica do fórum como altamente crítica e minuciosa.

Por exemplo, qualquer tópico batizado de Official Topic (OT, para os iniciados) retratando um jogo especificamente: em seu primeiro post há uma compilação completa de dados com a premissa do jogo, a sinopse da história (caso exista), dados de produção, dos personagens, do mecanismo do jogo, fotos do produto, onde comprar, links para críticas

especializadas e finalmente imagens do jogo. Deste ponto em diante, a discussão normalmente evolui de forma analítica acerca do jogo.

Um leitor destes tópicos, encontrará diversas postagens curtas e objetivas (com muito humor normalmente), contudo, os comentários já estão em um nível que um completo estranho ao jogo ou mesmo a videogames em geral não irá reconhecer ou entender facilmente, pois é um diálogo entre os usuários avançados de forma direta ao ponto, com poucos floreios pedagógicos. Esta ausência de instrução e explicações maiores na maioria dos posts já desenha o perfil do usuário usual do site. Jogadores que se dispõem a analisar pontualmente alguns elementos do jogo.

A Auto-Valorização do Fórum

Como dito anteriormente, há no fórum NeoGAF a presença de profissionais da área, sejam eles anônimos ou explicitamente identificados como atuantes da indústria. Um post escrito por um insider não é garantia de, necessariamente, conter informações inéditas ou mesmo ser um texto mais rico e analítico; a consequência quando é o caso, é enorme na discussão que segue. As postagens consequentes não apenas respondem diretamente a esta novidade, como os usuários, por conta própria, investigam com mais afinco a internet por qualquer indício que oficialize esta informação. Apesar do poder legitimado do autor original, ainda assim os usuários da NeoGAF não se dão por satisfeitos.

Um exemplo chave da crítica dos membros do fórum, está em um evento com um usuário também funcionário de uma empresa de software que tentou usar o fluxo de informações da NeoGAF a seu favor de forma questionável. Nas palavras do criador e gerente principal do site, Tyler Malka:

“For example, recently we had a Maxis employee who was running this incredible misinformation campaign... sort of trying to shape the discussion about SimCity by creating news threads where they'd damage control the SimCity problems – that would be the slant on things.

“This was actually figured out independently by the user-base. They were looking at his post history, and seeing a strange narrative, and we’re looking at your personal post history and seeing that you live where Maxis is located. They figured it out on their own, and at that point I have to take action.

“This is inappropriate behavior, to try to anonymously try to influence the perception of these things. Information flow via the creation of new threads is an important aspect of NeoGAF. We want threads that are about news items to not have an editorial slant built into them if at all possible.”²⁰

O cenário acima expõe uma situação cada vez mais comum em diversas indústrias, como música, tecnologia, cinema e automóveis. Com o advento da web 2.0, os espaços para discussão, blogs e páginas dedicadas a temas específicos aumentou exponencialmente, com óbvias consequências na forma que o público interage, e também a expectativa acerca do tipo de informação que possivelmente podem se deparar.

A presença de profissionais na NeoGAF é um diferencial que enriquece a discussão, muitas vezes algumas notícias são inéditas e genuinamente lançadas no fórum. A discussão não apenas leva o tom usual de análise e bate-papo descontraído, mas também de determinar o tom e como a informação inicial será replicada pela internet afora. E este é o perigo que os usuários e gerência da NeoGAF estão preparados para enfrentar, pois são conscientes do impacto que possuem na cultura da indústria que discutem. Como exposto anteriormente, não apenas é um fórum com numerosos participantes e tópicos, o verdadeiro diferencial é o perfil dos usuários.

Não é surpreendente encontrar posts que possuam numerosas citações com links ou fotos para embasar o argumento, sendo que a importância desta dinâmica está na observação atenta de como um produto é retratado, ou seja, a retórica em muitos tópicos da NeoGAF partem do pressuposto de que tudo depende da abordagem, de como a informação chega a eles. Uma sessão de dez minutos lendo o fórum será frutífera para qualquer leitor, a afirmação e crítica sobre a origem das informações é constante.

A manipulação de postagens orquestradas, para maquiagem uma informação estrategicamente plantada como espontânea, já foi citado no capítulo anterior como uma

²⁰ <http://www.vg247.com/2013/05/16/the-story-of-neogaf-part-two-scandal-and-control/>

manobra feita por empresas (as gravadoras vazam músicas antes da data de venda para aumentar interesse). A reação da NeoGAF ao investigar e expor tais jogadas não está enraizada somente na análise do conteúdo, mas em expor as motivações por trás de ações arquitetadas para genuinamente parecer como postagem de um membro que não faz parte da indústria. Qual é o benefício de aparentar como parte da NeoGAF? O que algumas empresas perceberam sobre a influência da origem da informação para este público tão específico?

Antes de prosseguir com a discussão, é necessário destacar a questão da transparência das empresas que se envolvem diretamente com o fórum. Normalmente os anuncios de notícias são feitos por canais tradicionais, como o website oficial da marca, release entregue aos jornalistas especializados que por sua vez replicam a informação ou eventos pontuais. Com a ascensão das plataformas da web 2.0 os usuários são os principais criadores de conteúdo; no caso da NeoGAF este elemento atinge um nível maior que o usual quando os usuários consideram o material produzido internamente como mais confiável e relevante do que o caminho tradicional da informação.

Nos anos 90, a mídia impressa seguia um ritmo extremamente cadenciado e planejado, pois a quantidade de interlocutores era bem menor. As revistas especializadas possuíam um certo monopólio acerca das informações sobre os futuros lançamentos e críticas sobre os novos jogos (como em outras mídias e modalidades). O tamanho é decisivo não apenas no quesito de controle de informação, mas também, na manutenção do que é considerado como fontes legítimas de informação.

O prazo entre o anuncio inicial de um jogo era controlado por contrato entre uma empresa e a mídia. Atualmente este processo ainda existe, com ressalvas; entretanto o material produzido pela mídia independente ou mesmo usuários desequilibrou o antes constante cenário de controle de como e quando a informação chega ao público-alvo.

O fórum NeoGAF observa com muita atenção as publicações e sites renomados sobre videogame. O elemento surpresa não é a negação do material produzido por estes veículos, mas

os argumentos que usam para desconstruir: Diferente de uma revista que possui prazos e regras sobre quando e o que podem falar, a opinião dos membros não segue estas diretivas. As revistas devem manter boa relação com várias empresas produtoras de jogos, como consequência direta, algumas críticas são consideradas ‘compradas’ pelos leitores. Os membros da NeoGAF podem escrever suas honestas opiniões sem retaliação ou boicote das empresas. A negação dos mecanismos da indústria é clara, mas em nenhum momento os membros negam os produtos.

Os exemplos listados acima são apenas uma amostra de vários argumentos levantados pelos usuários no tópico: [You hate the state of video game journalism today. So what are you doing about it?](#)²¹

O ponto chave da discussão acerca de transparência das empresas está na intenção de emular membros genuínos. A busca da legitimidade que um simples membro tem é cada vez maior do que a que as revistas possuem, a depender da discussão na NeoGAF, por exemplo. A preferência por ler opiniões de outros membros é grandiosa, e não surpreendentemente, os argumentos são praticamente enumerados, dentre estes argumentos: os membros do fórum jogam os jogos até o final e estão abertos a jogos menos comerciais.

A crítica acerca de um modelo de distribuição de jogos também está atrelada em como os mesmos são retratados na mídia/internet. A liberdade e a variedade de visões é crucial para os membros. A mídia impressa foi uma das modalidades mais abaladas neste processo e as empresas estão correndo atrás do prejuízo que a mudança de dinâmica causou. Não há mais 100% controle de informação, e as empresas não são vistas como confiáveis ou transparentes.

Privilégio da Informação

O elemento diferenciador do material produzido e discutido entre os membros de um fórum como NeoGAF não está somente na busca por novidades e investigação profunda sobre como funcionam os bastidores. Além da dinâmica de esclarecimento constante, a busca por informações/dados brutos é o maior diferencial.

²¹ <http://www.neogaf.com/forum/showthread.php?t=704881>

O termo whistleblower veio ao conhecimento do grande público quando WikiLeaks ganhou popularidade. Não apenas o site promovia a transparência de governos e grandes corporações de forma propositiva, os dados não eram editados ou sequer pré-interpretados por uma entidade; eram dados crus. Este elemento possibilita ao leitor a chegar às suas próprias conclusões caso se proponha a investigar e ler os documentos por conta própria.

Este desbalanceamento do fluxo de informações causou grandes impactos para cada ator de interesse listado no site. Além de jornalistas, outros atores do próprio governo tinham a chance de, de forma primária, auditar indiretamente órgãos similares, ou mesmo para obter vantagem política.

Além de denúncias e mudanças no que é considerado transparência e privacidade, a ascensão do site WikiLeaks, dos documentos sobre a cultura de monitoramento de diversos países, por exemplo; trouxeram à tona o elemento de autonomia e potencial crítico do grande público. Não era mais obrigatório o filtro de grandes jornais para se informarem sobre um projeto público ou como uma corporação executa suas transações em diversos países²².

Paralelamente, os membros da NeoGAF já demonstravam cada vez mais empoderamento diante dos canais tradicionais de mídia. A mudança de paradigma na internet, no qual documentos de bastidores se tornaram cada vez mais comuns e valorizados, os posts do fórum também mudaram sua natureza (Os temas centrais do fórum são Videogame e Tecnologia, naturalmente, temas distantes dos pontos centrais dos escândalos políticos causados por whistleblowers de maior popularidade).

No fórum qualquer notícia é questionada, não apenas a intenção, mas todo o fluxo até chegar nas páginas da NeoGAF e também suas possíveis consequências. Para tanto, os gerentes do fórum expuseram em diversas entrevistas e em postagens no próprio fórum afirmando a neutralidade da iniciativa: não há alianças com desenvolvedores, não há agenda prioritária nas páginas do fórum, não existe apenas um perfil ideal de moderadores (parte da equipe de

²² Como explicado em 'The Machine Kills Secrets' GREENBERG, Andy. 2012

gerenciamento do site). Estes elementos foram colocados à prova não apenas como afirmação de integridade, mas o alicerce do tipo de interação que a NeoGAF oferece aos seus leitores.

Há um elemento crítico atrelado também ao que é questionado constantemente pelos usuários: o que eles vivenciam: Qual é consequência das escolhas que produzem os produtos? Quais as intenções de controle da informação? Estes questionamentos servem como combustível para a busca de dados brutos e informações sem a preocupação se a revista que a veicula é consignada ou não com uma empresa.

Uma das grandes polêmicas da E3 de 2013 foi o vazamento previamente ao evento da política da Microsoft sobre compartilhamento de jogos, expondo a obrigação dos usuários permanecerem conectados à internet a todo momento para assegurar o funcionamento pleno do novo aparelho que seria lançado nos próximos meses.

As discussões não se prenderam somente às políticas da Microsoft, no qual suas intenções foram acusadas por muitos usuários como dispositivo de monitoramento; igualmente, os debates estavam atrelados à experiência dos usuários, como isto afeta a percepção de jogabilidade, do que um jogo pode ou não oferecer, dentre outros elementos.

Mais uma vez, a insatisfação dos usuários foi a maioria esmagadora diante do grupo minoritário que aderiu sem protestos ao novo lançamento. A NeoGAF teve numerosos tópicos sobre o assunto, e não apenas foi um dos primeiros locais a divulgar a mudança de 180 graus da Microsoft, mas trouxe à tona a força do grupo a escolhas de empresas.

A experiência do usuário ficou em primeiro plano, e não a empresa e suas vontades.

Os usuários da NeoGAF usam ao seu benefício a mudança de paradigma atual. As empresas estão cada vez mais valorizando as ferramentas de mídia social; gradualmente as interfaces de interação com os usuários estão mais sofisticadas. A sofisticação não se dá somente no âmbito tecnológico, está no reconhecimento da próatividade dos usuários do produto ou mesmo em como eles encaram informações diretamente da fonte.

O Pulo Tecnológico

Os usuários da NeoGAF exercitam o seu teor crítico de forma exemplar quando novos consoles de videogames são lançados. O processo já começa quando o próximo é anunciado (na E3 por exemplo).

A antecipação nos fóruns é baseada, nos estágios iniciais, exclusivamente em poucas informações divulgadas pelos produtores, e como exemplificado anteriormente, por possíveis profissionais da indústria que participam do fórum. Os primeiros estágios são especulações sobre o que é ou não aconselhável à empresa, ou seja, os usuários “colocam o chapéu” de planejador da empresa. A problematização, os cenários analisados, todos os elementos são colocados à mesa pelos membros participantes das discussões. Qual o modelo de processador do computador? Qual é o armazenamento? O tamanho do videogame? E numerosas outras conjecturas são lançadas.

A rivalidade entre as empresas se espelha no fórum, e cada grupo adota sua facção, não diferente de outros hobbies como esporte, música e moda. A competitividade visando o sucesso comercial não é apenas alimentada pelos próprios usuários, com as próprias empresas participando por meio de releases oficiais ou até vídeos. Como o novo produto se encaixa no ambiente comercial? Quais são os produtos rivais? Qual o diferencial de cada um? Importante notar que o produto ainda não foi lançado neste estágio da discussão.

O que pode ser considerado como um exercício fútil, pois as informações concretas estão por vir, novamente é o diferencial do grupo que alimenta o fórum em questão, o elemento lúdico se confunde com discussões que assemelham-se a grupos de pesquisa de faculdades de administração e marketing.

O videogame finalmente é lançado para alegria dos fãs e desgosto dos opositores. Todos os questionamentos e especulações iniciais são postos à prova, muitos usuários relembram suas glórias ou fracassos (muitos são amargamente lembrados por terceiros) e o resumo do cenário concreto de como é o produto, e todas suas características técnicas são finalmente resumidas no

OT (previamente citado). Um dos elementos mais interessantes a notar não é necessariamente o quê os usuários acertam ou não, mas o horizonte que eles enxergam para a tecnologia em suas mãos. O que o videogame se tornará nos anos seguintes?

Em meio à enorme variedade de opiniões e estilos de retóricas na NeoGAF, um consenso é atingido quando o tema é a tecnologia aplicada e a performance esperada dos produtos que foram comprados. Apesar dos membros não serem meros consumidores, mas sim usuários; como qualquer indivíduo eles esperam um padrão de qualidade mínima. Diferentemente de usuários que encontram erros ou lacunas, e reclamam às empresas por meio dos telefones dedicados; existem diversos tópicos com discussões técnicas com resoluções de problemas e os membros vão além: eles propõem soluções.

Exemplo: [PS4 Hardware Troubleshooting / Q&A Thread](#)²³

Investigando o uso dos produtos e discutindo constantemente os elementos chaves do que tornam um produto bom ou ruim, satisfatório ou mesmo inovador é um dos alicerces da NeoGAF. Inovação vai além da noção superficial de novidade ou avanço tecnológico meramente, mas justamente quando é adotado pelo coletivo e altera de alguma forma o entendimento e/ou experiência (ATUN, 2008).

A adoção de uma nova tecnologia traz consigo o rótulo de ‘early adopters’ para o grupo que arrisca o seu dinheiro e tempo em tecnologias ainda em estágios iniciais, como explicitado anteriormente. Quando a indústria presta atenção e é influenciada pelas dissertações expostas no fórum, este é o pulo do gato e a confirmação da relevância do perfil e valor dos membros da NeoGAF (desde o escândalo do membro da Microsoft até um simples lançamento de um jogo).

Os chamados ‘early adopters’ possibilitam ampliação de uma etapa antes limitada aos testes privados da empresa à procura de erros e de laboratórios. Na era NeoGAF, o produto é lançado e a etapa de alterações ainda existe, não é um processo passivo por parte do público; é a

²³ <http://www.neogaf.com/forum/showthread.php?p=90022154>

enfática afirmação de que a presença de um produto no cotidiano vai além de uma utilidade, é uma história que os usuários acompanham e escrevem juntos com a empresa.

Os primeiros usuários são importantes para impulsionar a tecnologia à frente, seja com ou sem a benção das empresas progenitoras. Por meio de críticas embasadas, apoio mútuo entre os contemporâneos e finalmente um feedback preciso à indústria, atinge-se um novo patamar da agência dos usuários. Além do debate consciente, há influência direta.

A Última Fase

Uma das características marcantes dos usuários da NeoGAF é a crítica incessante por parte dos usuários. A busca por dados brutos, sejam informações externas ou confiarem nos colegas de fóruns acima de publicações que antes usufruíam desta confiança, como também a influência direta nos produtos; são todas consequências diretas de análises que não perdoam erros ou mesmo intenções duvidosas.

Diante do enorme fluxo de informação e ritmo extremamente dinâmico, cada membro da NeoGAF contribui na construção de uma narrativa cada vez mais sofisticada, não apenas por acompanharem os desenvolvedores dos produtos por anos, e sim pela proposta de resignificar a informação que lhes é oferecida. A fama e influência do fórum na indústria pode ter sido resultado de pequenos escândalos, contudo o perfil dos usuários não foi moldado por estes episódios, só foram descobertos, ou melhor, finalmente valorizados pela presença cotidiana em um espaço de potencial crítico e analítico.

O fórum NeoGAF diferente do PopJustice não vestiu o estigma com tanta força, e conseqüentemente colhe os benefícios.

Considerações Finais



Esta foto sem título de 1970 foi um dos destaques da exposição, no MOMA de Nova York, do fotógrafo William Eggleston em 1976. Não apenas foi a capa do catálogo, na época foi a fotografia mais cara do mundo em leilão. Diante de tamanho sucesso, os críticos, comentadores, entusiastas e o público em geral não reagiram positivamente.

Os historiadores e entusiastas de arte contemporânea se dividiram sobre o trabalho de Eggleston, não foi uma temporada recebida unanimemente ao som de aplausos. A instituição do MOMA foi questionada, e o poder dos curadores também foi posto em dúvida. Na década de 1970 os curadores de diversos museus pelo mundo estavam em processo de ascensão de sua já grande influência, a ponto de exercerem o poder de criarem ou destruírem carreiras com mais facilidade do que nos anos anteriores. Esta anedota é o começo para contextualizar a polêmica.

O público e críticos de arte questionaram o mérito técnico e o conteúdo da simples foto do triciclo no subúrbio norte-americano. A reputação e a afirmação que uma exposição no

MOMA agrega não foi o suficiente para legitimar a obra como algo merecedor de tal destaque, e muito menos do preço exorbitante para a época. A foto foi sabatinada e chamada de banal, de lugar comum; foi ‘uma das exposições mais odiadas da temporada’²⁴.

No outro lado do campo, os defensores do artista argumentam sobre a potência figurativa da foto. A valorização do cotidiano do subúrbio, o destaque aos objetos nostálgicos, as curvas do triciclo em oposição às casas e linhas retas no fundo, a ressonância emocional que a foto pode causar no observador. Todos argumentos que não resolvem a discussão levantada pelo lado oposto da mesa.

Um factóide destacado por pesquisadores da área sobre a fatídica foto em questão: a exposição de Eggleston foi a primeira a apresentar fotos coloridas em um grande museu norte-americano, uma importante mudança de paradigma. Além das cores invadirem um espaço antes dominado pelo preto e branco, a obra cimentou a mudança de foco de paisagens e moda para um simples objeto. A reputação polêmica da obra seguiu por anos, e ainda é um rico exemplo do que pode ser chamado ou não de arte (boa ou ruim) e sobre transformações no mercado e instituições de arte.

O que resta ao simples triciclo sem a sua reputação para protegê-lo? Os entusiastas não ignoram de forma alguma a reputação da obra, pois é exatamente este grupo que justifica e enriquece a discussão contextualizando e reconhecendo o mérito e/ou importância de uma foto que pode ser considerada fraca por muitos. Os argumentos dos críticos devem ser levados em consideração também, pois levantam questões de mérito técnico e estética. Não há um consenso a chegar, é só mais um dia no palco da arte contemporânea.

E quando os jogadores andam pelos dois lados do jogo de xadrez?

Os usuários de fóruns como Popjutsice e NeoGAF em seu cotidiano de retóricas, longas dissertações e investigação sobre os temas de seu interesse encaram de frente as problemáticas que a indústria/origem acarretam e também da ressonância positiva ou negativa do público em

²⁴ Smithsonian Magazine – William Eggleston Big Wheels

geral (aclamado ou rejeitado). Encarar o contexto sofisticado do triciclo e também sua limitação quando visto pela primeira vez, é um cenário familiar para os membros dos fóruns: seja na superficialidade da música pop ou na infantilidade do videogame, ou diante de outra perspectiva, a sofisticação da indústria cultural ou complexidade da nova arte que é o videogame.

A complexidade dos cenários que abraçam a indústria da música pop e do videogame foi demonstrada nos capítulos anteriores, cada qual com suas peculiaridades. A autoconsciência quase excessiva e paranoica de PopJustice e o criticismo e ceticismo afiado da NeoGAF. Não foi gratuitamente que estes grupos chegaram a este ponto, como explicado anteriormente, o estigma é conscientemente assumido e refutado. Os dois lados do tabuleiro sobre o triciclo simbolizam o cotidiano de um grupo que se propõe a diariamente se posicionar e resignificar a cultura que lhe é apresentada.

Os insights escritos em numerosas páginas são o grande mérito dos usuários em foco, pois eles não apenas explicam de forma colaborativa os problemas que de fato acometem as indústrias como alienação e manipulação das informações, mas subvertem, de forma leve, o comum dispositivo, facilmente implementado em websites, que é um fórum.

A investigação apresentada nos capítulos anteriores explicita outros entendimentos do que podemos reconsiderar consumo consciente. Sem negar a indústria, os usuários encontram pontos em comum para criticar e para propor mudanças; mesmo que ninguém das empresas em questão esteja escutando (como as gravadoras de música pop); ou mesmo quando tudo que as empresas querem é a aprovação deste grupo (como a NeoGAF).

Um diferencial importante de uma etnografia de um fórum da internet: Não é um resumo ou lembrança vagamente descrita a partir de uma memória incompleta de um indivíduo, mas os comentários e reações imediatas após o fato.

A etnografia de cada fórum foi desenvolvida de forma distinta: no caso do fórum Popjustice, foram mapeados temas que discutiam a existência do gênero musical pop, e todas

suas problemáticas. Por meio da compilação de tópicos de discussões que demonstram o leque e a amplitude de temas propostos pelos próprios usuários testemunhamos diálogos autoconscientes.

A análise é detalhista e muitas vezes confirma todos os clichês de que são acusados, mas não é o caso dos usuários que dissertam, este processo por si só já os tira da porcentagem apática, este é o argumento chave para afirmação da relevância deste ambiente chamado Popjustice. Há agência e reflexão, mesmo se no final do dia a música mais odiada pelo fórum esteja no auge do sucesso comercial.

No caso da NeoGAF, foi relatada uma narrativa sobre a ascensão e características bases que legitimaram e tornaram este fórum relevante para os usuários e para a indústria de tecnologia e videogame. Desde a autovalorização do material produzido internamente como referência do gosto dos usuários para jogos, a investigação por informações transparentes e sem filtros, até chegarmos na influência direta à indústria.

A autoconsciência do fórum como pivô na problematização do caminho que a informação passa até chegar aos usuários, o material bruto e o privilégio da informação sobre os produtos que estão consumindo fazem deste um fórum central. As empresas agradecem aos usuários da NeoGAF quando são escolhidos, e não o contrário.

Ambos os fóruns têm um ponto em comum que traz uma das maiores contribuições que estes meios oferecem a potenciais observadores: a narrativa contínua da qual testemunham e participam. Devido à relativa longa existência de ambos fóruns, a numerosa produção interna de conteúdo e atualizações constantes, os fóruns se transformaram em mapas da mudança gradual e cultural de cada indústria no decorrer dos anos. Cada produto, ou marca ou mesmo gênero musical/de jogo passam por transformações que os usuários comentaram em primeira mão.

A narrativa desenhada em cada fórum possibilita reviver: o burburinho de um lançamento inesperado; os aplausos devido à alta qualidade de um jogo; o fervor das repetições

de uma música nova ou mesmo a alegria de quando os usuários acertam em cheio quando um produto é um sucesso de público e crítica.

A Graduação

Quais são as condições para um consumidor se tornar um usuário diante do produto que escolheu para incluir em seu cotidiano? Para responder esta pergunta é necessário indagar outra: qual é o engajamento do indivíduo com o produto e com todo o contexto que o cerca?

Os membros dos fóruns descritos são os perfeitos embaixadores do termo usuário, pois assumem uma posição de ativamente ampliar o alcance de um simples produto descartável, e transformá-lo em uma experiência complexa. A dinâmica descrita nas numerosas páginas dos fóruns legitimam o esforço dos membros em investigar, questionar, e não menos importante, aperfeiçoar a sua relação com produtos que valorizam.

Um usuário de um produto pode não ser um participante de fóruns e ainda assim assumir como cotidiano o engajamento por meio de um hobby, retóricas ou mesmo a simples investigação para saber um pouco mais sobre o produto que o cativou. Os usuários de fóruns, blogs e outras redes sociais trazem um diferencial chave e extremamente relevante: eles escrevem e postam publicamente o resultado de seus esforços. Ambos perfis de usuários têm algo em comum: o caminho extra percorrido é o que caracteriza a experiência do consumo consciente. Independente da origem do produto, intenção do artista, discurso da corporação, dentre outras variáveis; o engajamento crítico está presente nos esforços dissertativos de cada usuário analisado no presente estudo.

A funcionalidade de cada produto é usufruída por todos os consumidores que o levam à sua casa, porém são aqueles que posteriormente criticam de forma construtiva e basicamente vão além do protocolo de compra e descarte que resignificam e desconstroem a existência de um único caminho de crítica à indústria. Junto à Revista Adbusters, No Logo e os Situacionistas, expostos anteriormente; posiciona-se ao lado e em mesmo patamar o rico comportamento dos usuários de fóruns, mesmo quando sobre videogame e música pop.

O triciclo de Eggleston é figurativamente a constante polêmica da música pop e do videogame. Os usuários de cada fórum argumentarão com dados, opiniões complexas e informações inesperadas com a maior satisfação, mesmo sem a garantia de que o triciclo de cada um seja aceito no final.

Referências Bibliográficas

- ANDERSON, CHRIS 2006. *The Long Tail*, London, Random House
- ATUN, RIFAT, et al. 2012, *Innovative financing for health: what is truly innovative?* The Lancet, Vol:380, ISSN:0140-6736, Pages:2044-2049
- BAUDRILLARD, JEAN 1998. *The Consumer Society: Myths and Structures*, Sage Publications
- BECK, Ulrich. 2006. *The Cosmopolitan Vision* Cambridge: Polity Press
- BOURDIEU, PIERRE 2010. *Distinction: A Social Critique of the Judgment of Taste*, Routledge Classics
- DEBBORD, GUY 1957. *Report on the Construction of Situations and on the International Situationist Tendency's Conditions of Organization and Action* (acessado em Abril 2014, <http://www.cddc.vt.edu/sionline/si/report.html>)
- FISCHER, MICHAEL M. J. 2003. *Emergent Forms of Life and the Anthropological Voice*, Durham, Duke Press
- GOLDTHORPE, JOHN 1987. *Social Mobility and Class Structure in Modern Britain*, Oxford, Oxford University Press
- GREENBERG, ANDY 2012. *The Machine Kills Secrets*, Nova York, Penguin Group
- KLEIN, NAOMI 1999. *No Logo*, Nova York, Picador
- LÉVY, PIERRE 1999. *Cibercultura*, São Paulo, Editora 34
- LIPOVETSKY, G. 2009. *O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas*. São Paulo, Cia das Letras,
- PETERSON, RICHARD 2005. *Changing Arts Audiences: Capitalizing on Omnivorousness*, Workshop Paper, Cultural Policy Center, University of Chicago (acessado em Outubro 2013, <http://culturalpolicy.uchicago.edu/papers/workingpapers/peterson1005.pdf>)
- SETTON, MARIA 2002. *A teoria do habitus em Pierre Bourdieu: uma leitura contemporânea*, Universidade de São Paulo

Bibliografia de Apoio

DUARTE, RODRIGO 2003. *Teoria Crítica da Indústria Cultural, Belo Horizonte*, Editora UFMG

ELIAS, NOBERT 1994. *A Sociedade dos Indivíduos*, São Paulo, Jorge Zahar Editor

HARVEY, DAVID 1993. *Condição Pós Moderna*, São Paulo, Loyola

JAIME, PEDRO 2001. *Etnomarketing: antropologia, cultura e consumo*, ERA Revista de Administração e Empresas, USP

KLINGMANN, ANNA 2007. *Brandscapes: Architecture in the Experience Economy*, Cambridge, MIT Press

LATOUR, BRUNO 2005. *Making Things Public*, Cambridge, MIT Press

MARCUS, GEORGE E. & RABINOW, PAUL 2008. *Designs for an Anthropology of the Contemporary*, Cambridge, Duke University Press

MARTINS, ECKERT, NOVAES 2005. *O Imaginário e o Poético nas Ciências Sociais*, São Paulo, EDUSC

POSTREL, VIRGINIA 2004. *The Substance of Style*, Nova York, Harper Collins