

DA BOQUINHA DO ANIMAL À INFLUÊNCIA DIGITAL: consumo, comunicação e interação dos DJs da aparelhagem “Gigante Crocodilo Prime”

Ana Cássia Sousa¹

Enderson Oliveira²

RESUMO

Este ensaio tem o propósito de entender como a comunicação dos DJs da aparelhagem “Gigante Crocodilo Prime” é estabelecida no ciberespaço e no espaço físico festivo. Em um diálogo entre comunicação e antropologia, há uma análise do modo de consumo e interação que estes profissionais (DJs) propõem. Para uma melhor compreensão, busco esclarecer como a festa de aparelhagem acontece, e explico o que também atrai o público a frequentar o ambiente, que é o ritmo do tecnobrega, além disso, faz-se necessário uma discussão sobre Cibercultura para compreender o comportamento dos indivíduos na web. Para este estudo de caso escolhi analisar a comunicação de quatro DJs paraenses que estão presentes aqui: Dj Patrese, Marlon Beats, Gordo e Dinho Pressão.

PALAVRAS-CHAVE: comunicação; DJs; gigante Crocodilo Prime; consumo; cibercultura

APRESENTAÇÃO

22h, quinta-feira. É hora de se preparar para uma noite agitada e performática na festa de aparelhagem “Gigante Crocodilo Prime”, também conhecido como “Croco”, muito popular em Belém do Pará. Boa parte do público, em média 2.500 pessoas, se organiza para garantir a entrada livre no local, que ocorre até 23h. Ao entrar na casa de *shows*, encontramos uma estrutura eletrônica de som em formato de um crocodilo, em que é possível ver os movimentos do “animal”, que darão à festa uma linguagem visual diferente dos outros tipos de festas que acontecem na capital paraense. Muita conversa, bebidas e fotos antecedem o início do show. A agitação começa aos poucos: de início são tocados

¹ Estudante de graduação do Curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo – Faculdade Estácio do Pará, e-mail: a.cassia734@gmail.com

² Orientador do trabalho. Jornalista, mestre em Ciências Sociais, doutorando em Sociologia e Antropologia e Professor na Faculdade Estácio do Pará. E-mail: enderson.oliveira12@gmail.com.

tecnobregas antigos para “esquentar” a noite, que seguirá até por volta de, no mínimo, 6h do dia seguinte.

00h. O show começou. Vemos, enfim, as estrelas da noite em cima do crocodilo gigante. Luzes no meio do público, fumaça saindo da boca do “animal”, fogos de artifícios e muito agito da “galera”. Tudo comandado pela dupla de Deejay’s (DJs) da festa de aparelhagem. É tudo muito personalizado: a festa começa com um diálogo feito por produtores musicais, em que é possível identificar uma conversa de um personagem da aparelhagem com os DJs: - “Alô, DJ Dinho?!”, diz o personagem criado para a narrativa: - “Opa, ‘tô’ na área”, responde um dos DJs que comandará a noite, - “Mostre a eles porque o seu sobrenome é pressão”; “Deixa comigo, maninho” (sic).

Esse personagem é conhecido como “Barba Negra”. É ele quem anuncia o começo do show com falas descontraídas para animar ainda mais o público. Os DJs, então, conversam com o Barba Negra até que o vasto repertório musical comece a ser tocado.

Embora tenha mencionado a quinta-feira no início do texto, a festa não ocorre apenas neste dia da semana. É apenas o ponto de partida. A intensa agenda de shows começa na quinta e segue até o domingo. Quinta-feira e sexta-feira sempre nas casas noturnas “Karibe Show”³ e “Point Show”⁴, localizadas em avenidas bastante movimentadas de Belém, a Avenida Augusto Montenegro e a Avenida Perimetral, respectivamente. Já no sábado e no domingo, a aparelhagem se desloca para outros lugares diferentes da cidade e até para outros municípios do Estado.

Para atrair ainda mais o público, os DJs costumam fazer competições de dança durante a noite, dedicatórias de músicas, e claro, muita interação diretamente do “altar eletrônico” (**Imagem 01**) com o público que procura diversão.

³ Casa de shows que possui programações variadas ao longo da semana, localizado na Avenida Augusto Montenegro, no bairro do Parque Verde, em Belém.

⁴ Casa de show noturna, localizada na Avenida Perimetral, no bairro do Curió-Utinga, também em Belém do Pará. O ambiente é dividido em dois espaços: um onde artistas se apresentam, e o outro é uma espécie de loja de conveniência, para pessoas que procuram socializar de uma maneira mais cômoda.

Imagem 01: “Altar eletrônico”: ponto central onde os DJs comandam as músicas e fazem as performances da noite. O lugar se torna o centro das atenções por carregar muita luz e tecnologia.



Fonte: Arquivo pessoal da autora

Apesar da aparelhagem “Gigante Crocodilo Prime” ter uma dimensão que carrega uma estética e performance singulares, não é ela em si que irei analisar neste artigo: aqui, busco observar uma peculiaridade que noto nas festas e também na relação que (co)existe nas redes sociais na internet, isto é, a comunicação que os DJs estabelecem no ambiente virtual, especificamente em seus perfis no Instagram, e no ambiente físico do evento.

Para isto, faz-se necessário evidenciar três eixos que perpassam por tal discussão: o primeiro é mostrar o que é divulgado nas redes sociais, no que diz respeito ao contexto das publicações dos DJs com o espaço da festa. Em consequência disso, o segundo eixo é observar o resultado da interação do público e sua relação com uma manifestação cultural regional e também com as práticas no chamado ciberespaço.

A seguir, o terceiro eixo é apontar as relações de comunicação existentes no evento, que muitas vezes possuem um caráter “publicitário”, sendo criadas e/ ou divulgando parcerias, formando então uma cadeia de consumo. Toda essa exploração é oportuna para entender a cultura peculiar da festa e compreender a narrativa existente no espaço a partir da figura dos DJs e a importância e alcance que possuem. Para discutir tudo isto, a seguir apresento a metodologia utilizada neste trabalho, que propõe um diálogo entre

Comunicação e Antropologia, ao reunir Estudo de Caso e Etnografia Virtual. Além disso, explicarei o conceito e contexto do DJ que vem sendo reconfigurado na chamada pós-modernidade e apresentarei o trabalho desenvolvido pelos DJs que são meus sujeitos da pesquisa (Ricardo Patrese, Marlon Beats, Dinho Pressão e Gordo Pressão) no ambiente digital, mostrando a influência que as redes sociais na internet impactam nas atividades exercidas no espaço físico, evidenciando esta cadeia como uma forma de consumo e influência no período contemporâneo em Belém do Pará.

PERCURSO METODOLÓGICO

Para o progresso desta pesquisa, realizei um estudo de caso para observar e compreender a comunicação dos DJs da festa de aparelhagem “Gigante Crocodilo Prime”, nas redes sociais na internet e no ambiente físico festivo. Para isso, analisei perfis do Instagram dos DJs: Patrese⁵, Marlon Beats⁶, Gordo Pressão⁷, e Dinho Pressão⁸, profissionais que se destacam nas festas na web. Mais à frente, veremos mais sobre eles e suas particularidades.

Escolhi o "Croco" por ser uma das festas de aparelhagens com maior divulgação na mídia, seja a tradicional ou não, e também pelo fato da aparelhagem atrair pessoas de outros Estado do Brasil, já que houve apresentações no sul do país, como em Santa Catarina⁹, por exemplo. Tudo isso atrai mais seguidores tanto dentro da web como fora dela.

Para uma melhor compreensão do assunto, fiz um estudo de caso em que busquei apresentar conceitos mais amplos sobre DJs, contextualizei com a cena musical paraense, resaltei o tecnobrega, já que nas festas de aparelhagem o estilo musical une o público, e como tudo isso se relaciona com a comunicação entre DJs e quem frequenta os eventos.

Isto se aproxima da perspectiva de Robert Yin ao falar do poder diferenciador do estudo de caso, que é a sua capacidade de lidar com uma ampla variedade de evidências (2001, p.27). Assim sendo, o estudo de caso “é a estratégia escolhida ao se examinarem acontecimentos contemporâneos, mas quando não se podem manipular comportamentos relevantes” (YIN, 2001, p.27).

⁵ (<https://www.instagram.com/djpatrese/>)

⁶ (<https://www.instagram.com/marlonbeats/>)

⁷ (https://www.instagram.com/djgordo_crocodilooficial/)

⁸ (https://www.instagram.com/dj_dinho_pressao_oficial/)

⁹ Como podemos notar nas seguintes publicações: <https://www.instagram.com/p/BuWi0rEhian/> <https://www.instagram.com/p/BvMbfIShgMh/> e <https://www.instagram.com/p/B5wRFpxlPdQ/>

O tema deste TCC chamava minha atenção desde que observava nas festas, como frequentadora, o modo que os DJs conseguem entreter o público durante tanto tempo sem ter mais atrações nas festas. Notei que as músicas e a retórica deles são essenciais para que o público se satisfaça na noite, mas, indo além, percebi que antes do momento festivo, já havia um diálogo estabelecido através das redes sociais, especialmente pelo Instagram, pois em algumas falas dos DJs eles mencionavam a plataforma, como por exemplo, “um abraço para a ‘Maria’ que ‘tá’ sempre interagindo com a gente pelo ‘Insta’” (sic).

Diante disto, o estudo de caso me permitiu explorar outras vertentes pessoais além do tema citado, para conseguir enxergar e entender outras peculiaridades existentes na festa de aparelhagem, que para Robert Yin (2001, p.21), a clara necessidade pelos estudos de caso surge do desejo de compreender fenômenos sociais complexos.

Deste modo, ao de observar comportamentos (nas festas e no ciberespaço), tudo se torna ainda mais pertinente evidenciar as reflexões que fazem referência a um panorama bem mais amplo e cheio de pluralidades, que é a relação do consumo cultural da festa de aparelhagem, popular no Estado do Pará.

Isto ficou mais claro quando analisei comentários e publicações na plataforma aqui citada, o Instagram. Observei ainda, a forma que o público interage com os DJs usando as ferramentas que o Instagram disponibiliza, seja comentando nas publicações, os mencionando nos stories, enviando mensagens ou até mesmo curtindo as postagens, para que tu isso, posteriormente, possa possivelmente tornar a interação mais íntima no espaço físico da festa.

Levando tudo isto em conta, proponho ainda um diálogo com a Etnografia Virtual que me permite analisar e interagir com os comportamentos interpessoais no ambiente do ciberespaço. No livro Monitoramento e Pesquisa em Mídias Sociais: metodologia, aplicações e inovações, Tarcízio Silva e Max Stabile esclarecem que

antigamente, logo no início da popularização dos estudos da cibercultura, os pesquisadores entendiam o ciberespaço como um local distante do cotidiano das pessoas, em que elas precisavam se programar para ‘entrar’. O ciberespaço era visto, portanto, como um lugar em que as pessoas deixavam suas identidades, sua vida real e passavam a forjar uma vida ‘virtual’. E é por isso que quando se começou a utilizar a Etnografia para estudar estes ambientes, ela ficou conhecida como Etnografia Virtual (2016, p.169).

A etnografia virtual nos permite compreender a temática das comunidades e culturas

geradas através da sociabilidade mediada por computadores. Atualmente, existem alguns neologismos criados para se referir ao estudo de campo etnográfico para os meios digitais. O método se faz importante para aproximarmos ainda mais o jornalismo digital da Antropologia.

Indo além, produzi um questionário pela plataforma Google Drive (ver Anexo) com o propósito de saber a opinião do público que frequenta as festas de aparelhagens em Belém do Pará, especificamente a festa do Gigante Crocodilo Prime. Deste modo, no período de 29 de abril de 2020 até 05 de maio de 2020, 212 participantes entre homens e mulheres, responderam perguntas sobre a afinidade com festas de aparelhagens e o modo que os DJs se comunicam nos eventos. As idades dos participantes variaram, mas a maioria fica entre 18 e 29 anos.

Por fim, realizei entrevistas nos dias 03 e 04 de junho de 2020 via WhatsApp com um DJ de cada dupla, na ocasião, Marlon Beats e Dinho Pressão responderam perguntas que elaborei e que me permitiram observar melhor as reconfigurações no seu trabalho, como veremos a seguir.

DJs E TECNOBREGA: HISTÓRIA E ‘RE’CONFIGURAÇÕES

Disc-Jockey, Disco-Jóquei ou DJ? Independente do termo a ser utilizado, estou falando de um profissional que existe desde os anos 1950, então encarregado de escolher e reproduzir variados tipos de discos musicais para um grupo específico de pessoas. Conforme Samir Pereira Ewerton (2010, p.2), neste período, não havia o método da mixagem, então o trabalho era totalmente manual. Não havia táticas para o sincronismo da música que iria ser tocada com a música que já estava sendo executada, e o público não via problema nisso. Em “Do tocador de discos ao DJ produtor: uma análise histórica da evolução do discotecário na Música”, Ewerton explica que

No Brasil, o advento da mixagem é atribuído ao DJ Ricardo Lamounier que em 1976 com a explosão da Disco Music e a popularização da discoteca, começou a fazer com a utilização de 2 toca discos e um mixer, uma mistura de uma música a outra, sem intervalos. O movimento Disco consegue seu apogeu com o filme “Embalos de Sábado a Noite” com o ídolo John Travolta e o sucesso da banda Bee Gees. O movimento perde força no início da década de 80 e se dilui em vários formatos ou gêneros, dentre eles: House, Trance, Acid House, Techno, Hardcore Techno, Breakbeat, Drum ‘n’ Bass, Ambient, Tribal, entre vários outros. (2010, p.3)

Ainda na década de 1950, os DJs trabalhavam em rádios que, inclusive, contribuíram para firmar o movimento do *Rock and Roll*, a maior manifestação cultural dos jovens do século XX. Na década de 1970, a figura do tocador de discos foi se reconfigurando; desta vez, já fora do ambiente da radiodifusão. O DJ ganhou as pistas de danças de bailes, boates e clubes.

Descentralizando a figura do DJ discotecário, é oportuno ressaltar a figura deste profissional no Pará. O (re)produtor de qualquer estilo de música em ritmo de brega ou tecnobrega utiliza de tecnologias nos equipamentos sonoros, o que não difere dos demais DJs de outros estados, mas o que pode ser diferenciado é a linguagem regional utilizadas nas festas de aparelhagens, com gírias e expressões que só quem conhece o Pará, compreende. Maurício Costa, em “Tecnobrega: a produção da música eletrônica paraense” diz que

O sucesso com experimentações e fusões no campo do brega paraense teve (e tem) sua máxima repercussão com a difusão em escala regional e nacional do tecnobrega. Num sentido amplo e metafórico, a matriz sociológica do brega, periférica e interiorana, teria acompanhado um deslocamento em direção ao centro: com a ampla difusão e distribuição musical (por meios formais e informais); com o reconhecimento de sua importância por parcela significativa dos agentes da grande mídia nacional; com o sucesso nacional e regional de estrelas do tecnobrega. (2014, p.13).

Isto dialoga com o que afirma Maria Cecília Cunha (2001, p.2), ao apontar que por DJ designa-se um tipo de “músico” que trabalha com a montagem de sons reproduzidos, em geral de autoria de outros músicos, utilizando predominantemente discos de vinil (os antigos LPs) que manipula em seus toca-discos”.

Como características fundamentais da profissão de DJ estão a extrema proximidade com a tecnologia – que utilizam em todas as etapas de sua produção, aprendendo a mexer com os equipamentos pelo próprio uso - e uma formação musical basicamente popular. Os DJs são, em sua esmagadora maioria, ouvintes daquilo que Theodor Adorno chama de música “ligeira”, isto é, música feita nos moldes da cultura de massa e não da cultura erudita. Podemos dizer que a Tecnologia e a música popular são sua matéria-prima. Seu som provém da manipulação direta daquilo que ouvem. (2001, p.2)

Diante dessas reflexões, surge a possibilidade de compreender as modificações da “cultura de massa” para o imaginário tecnológico, que projetaram uma nova etapa na vida desse artista-produtor na contemporaneidade. Isto porque, no fim do século XX e início do XXI, surge um novo momento para o tocador de discos: com a chegada e popularização do

formato MP3, surgem também programas de edição musical e a fase digital da tecnologia voltada para a música ganha mais força. Já com todos os aparatos, o DJ passa a ser capaz de não apenas reproduzir as músicas, mas de acrescentar timbres, batidas e compassos, criando, assim, uma nova composição.

Tal processo começa a acelerar a batida brega, surgindo então o tecnobrega, no início dos anos 2000. De acordo com Ronaldo Lemos e Oana Castro (2008), o tecnobrega nasceu do brega tradicional, produzido nas décadas de 1970 e 1980, quando se formou o movimento do gênero no Pará.

Na década de 1990, incorporando novos elementos à sua tradição, os artistas do estado começaram a produzir novos gêneros musicais, como o bregacalypto, influenciados pelo estilo caribenho. No início dos anos 2000, por volta de 2002, surgiu o tecnobrega. Mais recentemente, vieram o cyber-tecnobrega e o bregamelody, todos influenciados pela música eletrônica, que circula mundialmente na web. (2008, p.21).

Com todas as transformações que o tecnobrega agregou e ganhou destaque nas noites paraenses, os computadores com a ajuda da tecnologia, possibilitaram uma maior produção, já que os produtores e DJs se empenhavam em popularizar o ritmo. Neste segmento, Mauricio Costa e Sônia Chada no artigo “Tecnobrega: a produção da música eletrônica paraense” afirmam que

No caso do Pará, desde os anos 1980, houve e há uma acentuação desta tendência: a expressão “brega” seguiu, ela própria, um movimento de positividade, produzindo variações que reeditaram o termo como marca de vitalidade simbólica no imaginário, como é o caso dos nomes de ritmos surgidos mais recentemente, como brega pop, brega melody e tecnobrega. (2014, p.3)

Foi neste contexto que algumas aparelhagens foram pioneiras no quesito DJs “Show Man”, como Rubi e Tupinambá, que começaram a fortalecer a cena e que deram origem a figura do “altar sonoro” comandados pelo DJ Gilmar e DJ Dinho, respectivamente. A modalidade festiva conseguiu se desenvolver longe dos meios de comunicação tradicionais, tais como os jornais impressos e emissoras televisivas, já que as primeiras aparelhagens vieram das periferias de Belém. Segundo Andrey Faro, em sua dissertação de mestrado “É a festa das Aparelhagens! – Performances Culturais e Discursos Sociais”, até 2008 havia

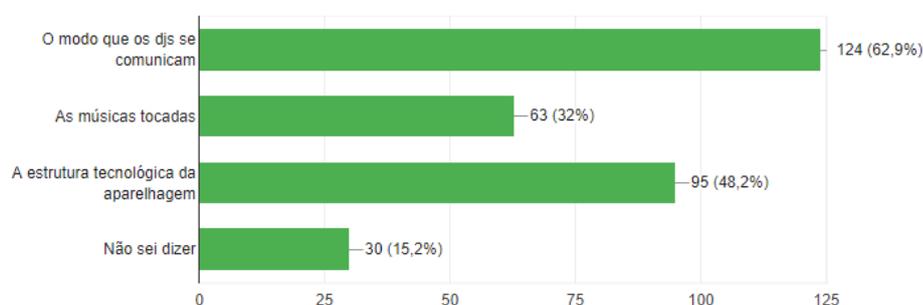
em todo estado do Pará aproximadamente duas mil aparelhagens que se diferenciam pelo “estilo” de festas a que se propõem, pelo público que atraem e por duas dimensões e feições diversas. Saltando de um polo

gradativo a outro, algumas, as menores incluem (além da presença necessária do DJ) apenas um par de amplificadores (PA's) e alguns aparelhos como play deck ou toca-cd- geralmente presentes em festividades comunitárias, confraternizações profissionais, bares, bingos dançantes, aniversários, e demais eventos de menor proporção; outras, como as de grande porte, constituem verdadeiras boates itinerantes, com equipes técnicas, caminhões-baú estúdio de áudio e vídeo, mesas de som, armações metálicas, palco com suporte hidráulico, sistemas de iluminação, monitores em tela plana, câmera de vídeo, máquina de fumaça, entre outros materiais e recursos. (2008, p.20-21)

Com as mudanças tecnológicas que ocorreram, as festas também foram modificadas: os DJs passam usar todos esses recursos, e desenvolvem a função de recepcionar, animar o público, “embelezar” o ambiente e manipular os diversos gêneros musicais. É daí que o DJ se torna o verdadeiro “Show Man” da noite, como vimos no início deste trabalho. Sem a participação dos DJs, o público fica sem as informações mais “funcionais”, como agenda de shows e avisos sobre a hora que a festa vai acabar. Eles ainda são os responsáveis por fazer postagens nas redes sociais, vários *stories* de divulgação e manter um diálogo constante com as pessoas que estão na festa, fomentando uma cadeia de comunicação virtual e pessoal que acredito contribuir para o crescimento do público na festa de aparelhagem, como discutirei mais à frente.

Além disso, é importante observar que a aparelhagem *Gigante Crocodilo Prime* vem crescendo, tendo destaque na mídia por se tornar cada vez mais popular, como pude perceber no questionário que apliquei:

Imagem 02. Resposta da pergunta “Qual a maior diferença do Crocodilo Prime em relação as outras aparelhagens?”



Fonte: Captura de tela

Na imagem, é possível observar que a maioria das pessoas nota o modo como os DJs se comunicam como a maior diferença dentre as demais aparelhagens existentes em Belém do Pará, muitas vezes provocadas pela interação, seja virtual, seja nas festas. Há, por exemplo, falas entusiasmadas dos DJs para recepcionar e animar o público. Entre um curto intervalo de uma música a outra, eles perguntam aos “seguidores do animal”¹⁰ quem está solteiro, quem torce para o Clube do Remo ou do Paysandu, quem vai chegar de manhã em casa, incentivando inclusive, o público a ficar até o final da festa. Com toda essa interação, não é difícil notar como alcançaram maior “status” e passaram a ser mais “queridos”, aproximando e intensificando a relação com o público.

ENTRE FESTAS E LIKES

As festas de aparelhagens, como discutimos, são práticas culturais que ganharam destaque na cena musical paraense também permitindo reflexões sobre costumes, consumo e a formação de identidade dos indivíduos. “Cenas musicais”, segundo Will Straw, se constituem em um “espaço cultural em que uma série de práticas musicais coexistem, interagindo umas com as outras dentro de uma variedade de processos de diferenciação, e de acordo com trajetórias muito diferentes” (STRAW apud OLIVEIRA, 2013, p.20). É justamente isso que vemos nas festas do “Gigante Crocodilo Prime”: o evento consegue reunir uma série de percursos singulares oriundos das periferias belenenses.

Neste panorama, a cena musical do Pará vem crescendo também com a ajuda da *web*, já que no ambiente virtual os artistas locais se empenham em visibilizar e valorizar suas sonoridades. Todo esse consumo e alcance gerados no ciberespaço possibilitaram também que as festas de aparelhagem se “espalhassem” por diversos espaços e públicos: as festas de aparelhagem deixaram de ser frequentadas apenas por pessoas da periferia e alcançou a classe média.

O “ritmo contagiante” das aparelhagens paraenses ganhou visibilidade na medida que o número de visualizações de videocliques, aparições em programas de TV e curtidas em redes sociais foram crescendo. É válido citar que Gaby Amarantos, cantora e compositora natural de Belém do Pará, do bairro do Jurunas e ex-vocalista da banda Tecno Show, ganhou destaque nacional e internacional, ao apresentar o tecnobrega para fora do Estado, além

¹⁰ Termo utilizado pelos DJs da aparelhagem Gigante Crocodilo Prime quando se referem ao público presente, aos que frequentam o evento com frequência.

disso, o grupo musical Gang do Eletro, que evidencia ainda mais as batidas do “treme”¹¹, e que é formado pelos integrantes Waldo Squash, Maderito e William Love tiveram também reconhecimento nacional e foram premiados como “Artista Revelação 2012” no prêmio Multishow, no Rio de Janeiro¹². Ou seja, tudo isso fomentou uma maior representatividade no ciberespaço.

Levando isto em conta, é importante notarmos que no período contemporâneo a chamada “cibercultura” tem sido estudada por vários autores, que observam costumes sociais relacionados a internet e outras formas de comunicação em rede, o que permite ter várias linguagens e interfaces nas pesquisas na web. Pierre Lévy afirma em sua obra “Cibercultura” que

O ciberespaço como suporte da inteligência coletiva é uma das principais condições de seu próprio desenvolvimento. Toda a história da cibercultura testemunha largamente sobre esse processo de retroação positiva, ou seja, sobre a auto-manutenção da revolução das redes digitais. Este é um fenômeno complexo e ambivalente. (1999, p. 29).

Neste sentido, atualmente o modo de se comunicar vem se adaptando de acordo com as transformações da sociedade. O fato é que na “sociedade em rede” há a união entre culturas condicionada pela tecnologia. Cardoso, Santos e Vargas (2009, p.8) no artigo “Inovações na linguagem e na cultura midiática” explicam que

(...) as múltiplas facetas do universo digital continuam convivendo com a cultura de mídias que ainda funcionam fora da rede do mundo ciber (DVD de filmes, xerox de textos, tocadores MP3, etc.) e com a cultura de massas, juntamente com as culturas precedentes, menos evidentes, mas ainda presentes: oral, a escrita e a impressa, todas ainda vivas e ativas. (2009, p.8)

É ainda no universo da Cibercultura que as redes sociais possibilitaram o fortalecimento do trabalho dos DJs no mundo das festas de aparelhagens. É lá que os internautas dialogam com os DJs com intuito de fortalecerem laços formados na festa, já que a relação com o público acaba sendo ampliada. Toda essa interação criada na web pode ser importante para observarmos como as redes criaram novas formas de sociabilização, e sobre isso, André Lemos e Pierre Levy ponderam que

¹¹ Sinônimo de tecnobrega para os paraenses. Já que dançar ao ritmo eletrizante, o corpo humano se treme.

¹² Fonte: <http://g1.globo.com/pa/para/noticia/2012/09/gang-do-eletro-comemora.html>

A cibercultura é o conjunto tecnocultural emergente no final do século XX. Impulsionado pela sociabilidade pós-moderna em sinergia com a microinformática e o surgimento das redes telemáticas mundiais; uma forma sociocultural que modifica hábitos sociais, práticas de consumo cultural, ritmos de produção e distribuição da informação, criando novas relações no trabalho e no lazer, novas formas de sociabilidade e de comunicação social (LEMOS e LÉVY, 2010, p. 21-22).

Assim, merece destaque o *Instagram*, que desde 2016 evolui constantemente com novas ferramentas, como por exemplo: emojis, filtros, animações, enquetes, perguntas, testes, datas, hora, temperatura, entre outras possibilidades, o “Insta”, como é popularmente chamado, se tornou mais dinâmico e permitiu que os usuários passassem a interagir cada vez mais nas postagens, o que tornou o alcance e consumo ainda maior.

As ferramentas que a plataforma do *Instagram* disponibiliza permitem que os usuários compartilhem suas experiências vividas nas festas. Nos stories, por exemplo, o público posta vídeos das festas e mencionam os DJs, os mesmos repostam em seus perfis individuais, criando todo um vínculo através desta prática cultural, que vai além das festas.

Sabemos que quando se pensa em festas de aparelhagens, a priori, o que possivelmente vem à cabeça é uma grande parafernália eletrônica, com muitas luzes, fumaças e caixas de som, aliado a disso, uma reunião de DJs que desenvolverão suas performances musicais envolvendo muitos remix em vários ritmos, inclusive o tecnobrega. No livro “Tecnobrega: O Pará reinventando o negócio da música”, Carlos Lemos e Oona Castro (2008, p.64) explicam que:

Os enormes equipamentos são um espetáculo à parte. Eles próprios são objetos de adoração do público do circuito tecnobrega. As torres de caixas de som atingem mais de três metros de altura. Ao contrário da maioria das festas de música eletrônica de outras regiões, nas festas de aparelhagem o lugar ocupado pelas cabines e DJs é central e de grande exposição. Eles voltam-se para o público e mantêm interação com ele o tempo todo. (LEMOS; CASTRO, 2008, p.64)

Os DJs apostam em uma agenda de divulgação intensa; vão a rádios, postam “stories”, postam no *feed* e sempre interagem nos comentários, tudo isso usando as redes sociais individuais, para que durante as apresentações, a interação com o público feita virtualmente, possa ser igual pessoalmente, mesmo que eles (DJs) não estejam tão perto do público, já que o “altar sonoro” é o lugar ideal para comandar a noite.

Imagem 03. Início da festa do *Gigante Crocodilo Prime*. Público reunido em frente a aparelhagem aguardando as performances dos DJs Patrese e Marlon Beats.



Fonte: Arquivo pessoal da autora

O *show* começa e o DJs mandam abraços para aqueles que estavam interagindo nas redes sociais, com isso, um laço maior se estreita, e vai além, os patrocinadores da festa aparecem nos telões de *led* montados atrás da estrutura do animal, a partir daí as músicas tocadas dividem espaço com o show pirotécnico e a retórica dos DJs.

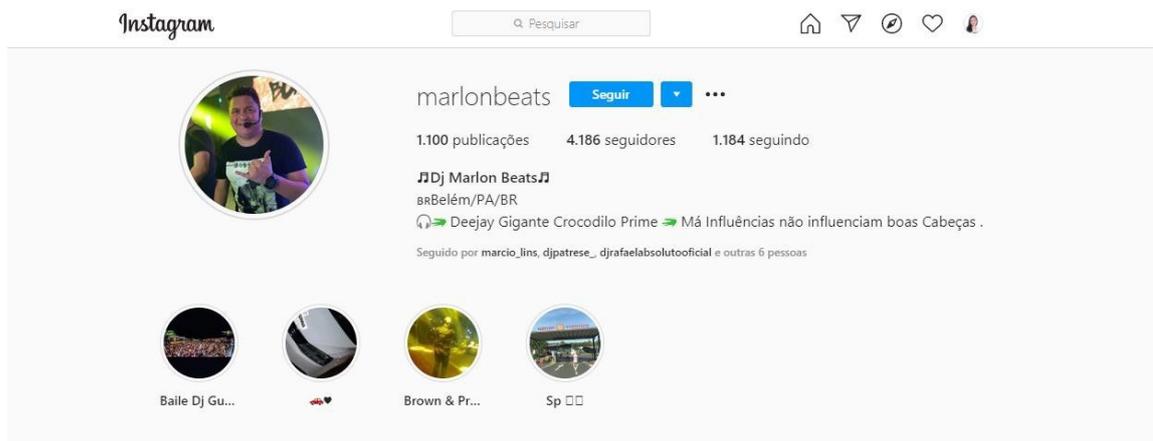
Imagem 04. Performance dos DJs Patrese e Marlon Beats em cima do “Altar Sonoro” que é a estrutura da aparelhagem *Gigante Crocodilo Prime*.



Fonte: Perfil do *Instagram* da aparelhagem Gigante Crocodilo Prime.

Um destes é o DJ paraense Marlon Gomes, 29 anos, que até junho de 2020 possuía quase 4.200 seguidores em seu perfil no *Instagram*, sendo popularmente conhecido nas festas como DJ “Marlon Beats”. Para ele, a popularização das redes sociais na internet é muito importante para o sucesso dos eventos. Marlon utiliza a plataforma do *Instagram* desde 201 e coleciona publicações de quando ainda fazia parte de outro grupo de aparelhagem do Estado do Pará, mas também faz posts com a família, amigos e das festas em que trabalha atualmente. Durante os eventos, o DJ gosta de fazer fotos e postar em seus stories, atitudes que, talvez, aproximam o público e gerem mais seguidores.

Imagem 05. Captura de tela do perfil do DJ Marlon Beats da aparelhagem “Gigante Crocodilo Prime”



Fonte: captura de tela

“Toco há 13 anos em festas de aparelhagens e o Gigante Crocodilo Prime é a segunda aparelhagem em que trabalho. Acho importante o *feedback* do público nas postagens das nossas redes sociais, pois com isso temos a noção de como eles (o público) gostam da festa, se gostam do local e do repertório escolhido por nós”, afirma Marlon Beats em entrevista cedida via WhatsApp no dia 04 de junho de 2020.

A afirmação do DJ Marlon Beats nos faz refletir que na sociedade em rede, é considerável a procura por interação e aproximação. O dinamismo no fluxo de informação pode ser um ponto importante para que o feedback não tenha ruídos. Isto lembra Cardoso, Santos e Vargas, quando afirmam que:

Não há como negar que os novos meios de produção e os sistemas de signos que eles instauram acabam sempre por ficar mais visíveis, dominando a cena cultural. Sem apagar a coexistência e as misturas entre as formações culturais anteriores, as tecnologias de comunicação mais recentes acabam por se sobressair em relação às demais (CARDOSO, SANTOS e VARGAS, 2009, pp. 7-8).

Indo além, esta proximidade que a geração mobile nos proporciona, nos fazem refletir sobre a mudança de hábitos e criação de novos costumes que a cultura digital oferece, como novas práticas de consumo e mesmo de interação e proximidade. Gisela Castro (2012, p.134) em seu artigo “Entretenimento, Sociabilidade e Consumo nas Redes Sociais: cativando o consumidor-fã” disse

Observa-se, especialmente nesta última década, que a parceria entre mídia e consumo tem dado origem a formatos e modelos inovadores de comunicação entre marcas e seu público, especialmente no contexto da cultura digital. Num ambiente cada vez mais saturado de mensagens publicitárias dentro e fora de seus espaços mais tradicionais, o desafio para os profissionais de mercado está em procurar oferecer conteúdo relevante que seja capaz de capturar a atenção sempre fugaz do cliente em potencial. (2012, p.134)

Falando em consumo, cada vez mais forte na contemporaneidade, a ressignificação dos DJs, leia-se o modo de reproduzir as músicas e interagir com o público, provocou uma nova possibilidade de fazer as festas de aparelhagens se tornarem bem vista, e de finalmente, serem reconhecidas como cultura paraense, já que nos eventos a regionalidade é forte. As festas são consideradas acessíveis já que, na maioria das vezes, o custo da entrada é zero, e mesmo quando não é, o valor é promocional, o que leva muitas pessoas frequentarem o local, até aquelas que se dizem não pertencer ao ambiente, e foi a partir dessa ideia de tornar a festa acessível, que os fãs foram sendo revelados e o ambiente se tornou popular.

Imagem 06. Foto do DJ com uma parte do público presente na festa de aparelhagem “Gigante Crocodilo Prime” realizada em um navio, em Belém.



Fonte: Captura de tela do perfil do DJ Marlon Beats

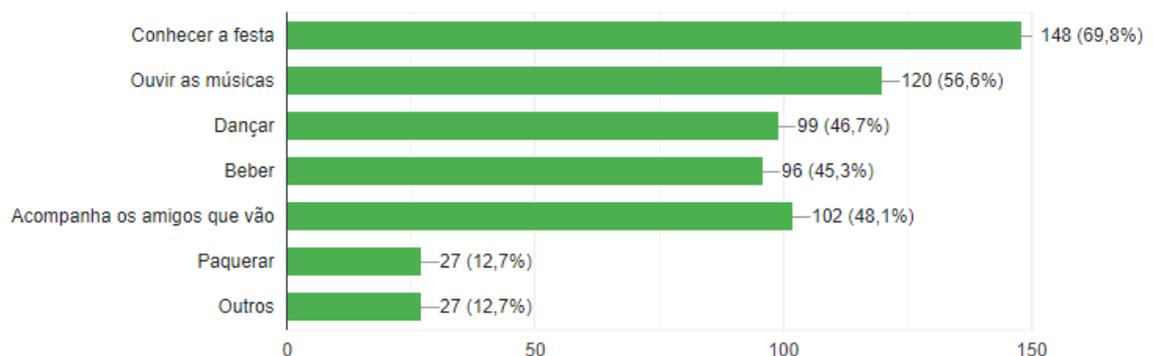
Também por causa do papel dos DJs e com maior alcance e divulgação, naturalmente o “Croco” termina atraindo mais pessoas para suas festas. Isto fica mais claro se notarmos que, de acordo com minha pesquisa (Imagem 07), 69,8% dos entrevistados disseram que o motivo por ter frequentado ou frequentar as festas do “Gigante Crocodilo Prime” é conhecer o evento. Além disso, a grande movimentação de público não pagante, torna o local acessível para o lazer, transformando o ambiente com mais popularidade, disseminando e fortalecendo o consumo da cultura da aparelhagem, tudo isso desperta curiosidade em quem nunca presenciou o show. Com a influência da divulgação nas redes sociais dos DJs, é possível que as festas fiquem ainda mais tentadoras para se frequentar.

Imagem 07. Dj Marlon Beats com a modelo, apresentadora e atriz brasileira Nicole Bahls em uma presença na aparelhagem Gigante Crocodilo Prime.



Fonte: Captura de tela do perfil do DJ Marlon Beats

Imagem 08. Gráfico com as respostas para a pergunta “Por quê você foi/ frequenta a festa de aparelhagem Gigante Crocodilo Prime?”



Fonte: Captura de tela

Levando em conta todo este panorama de consumo, notamos então que o público observa o os DJs “show man” de modo próximo, já que podem interagir diretamente com eles, via redes sociais, em especial Instagram ou ainda nos shows. Mais que isso: outro modo de aumentar o alcance das festas e dos referidos profissionais é o vasto repertório das apresentações. Em geral, elas começam com as eletrônicas, passa pelos funks, pelo pagode, rock, forró, pelas famosas “marcantes”, percorre ao carimbó, ao axé, sons de quadra junina, até chegar na música gospel e isso tudo em uma frenética batida.

Prosseguindo, quando perguntado ao público através do questionário o que os atrai a seguir os DJs, 50,8% diz que o motivo é a afinidade com os mesmos, e o conteúdo das postagens é o segundo motivo com 36,9%. Ou seja, é possível que durante as festas, pelo fato da interação ser intensa, o público já estabelece uma ligação ou admiração que desperta o interesse em acompanhá-los além dos eventos. No *Instagram*, por exemplo, os DJs mostram as rotinas que antecedem a vida noturna, como: afazeres domésticos, momentos com a família, trabalhos a parte dos shows, compartilham memes, fazem posts motivacionais, e dão a devida atenção aos que acompanham o trabalho feito nos eventos. Assim, esta cadeia comunicacional chega também até as festas.

Durante o início dos shows, os DJs dizem “Dá moral para quem dá moral para eles” (sic), frase sempre citada por eles quando querem deixar explícito que a atenção que o público dedica a eles é recíproca, ou seja, todo esse reconhecimento nas festas provavelmente teve ajuda da internet que aproximou essa relação.

Essa ligação entre cultura digital e o consumo no ambiente festivo apresenta boas oportunidades para uma intercomunicação. A interação que envolve entretenimento e negócio consegue expandir e envolver o público, criando o consumidor-fã. Gisella Castro (2012, p.139) diz que a capacidade de lidar de modo eficiente com o consumidor-internauta que expressa publicamente sua opinião sobre marcas, produtos e serviços já há muito tem sido considerada atributo indispensável no mundo dos negócios.

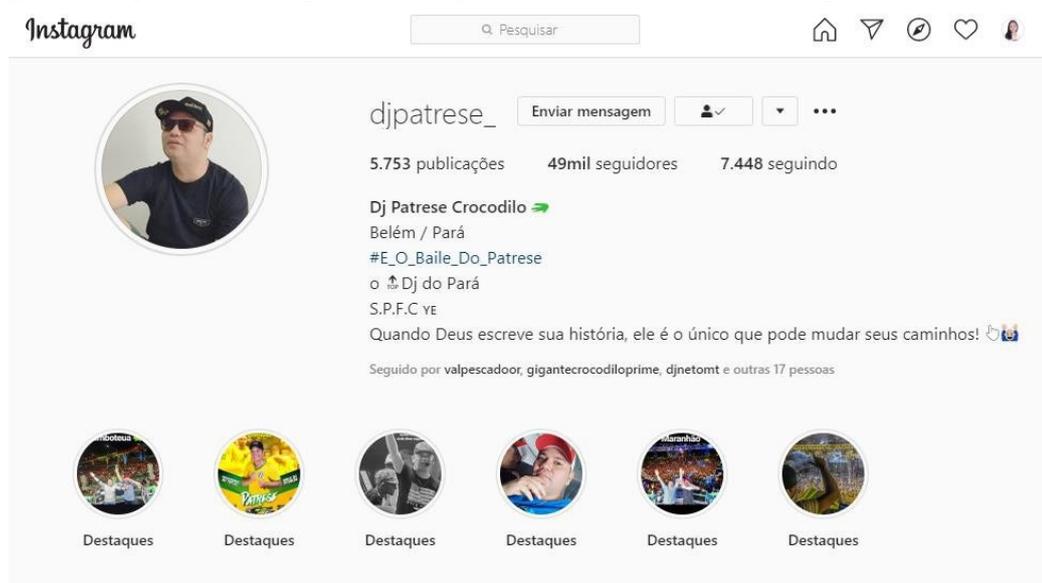
Com tanta informação que os DJs passam nas redes sociais, como por exemplo, publicações sobre inauguração de lojas, lançamentos de coleção de roupas, presença de artistas nacionais nas festas, sugestões de comidas, dicas de barbearia para os rapazes, eles se tornaram influenciadores digitais que, conforme Tarcizio Silva e Max Stabile, significa:

[...] aqueles que carregam um amontoado de fãs prontos a compartilhar suas ideias pelo mundo dos bits. “Quem” e o “diz o que” viraram os objetivos fundamentais do trabalho do analista de redes sociais, à época o profissional capacitado para entender os ritmos e flutuações da opinião

distribuída da internet. (2016, p.9)

Como já foi dito, a dupla de Marlon Beats é Ricardo Patrese, o DJ mais seguido do Gigante Crocodilo Prime. Patrese, como é conhecido popularmente, utiliza uma conta comercial, ou seja, tem informações de conteúdo, atividade e público. Com esse método, consegue ter uma visão de alcance e impressões que a página ganha. Além disso, utiliza os stories com frequência com o intuito de repostar tudo que os fãs postam com marcações, as postagens são pessoais, como fotos com família, amigos, mas também, muitas são sobre o seu trabalho de DJ, existem fotos e vídeos das festas, agendas de shows e algumas propagandas dos parceiros da aparelhagem Gigante Crocodilo.

Imagem 09. Captura de tela do perfil do Instagram do DJ Ricardo Patrese do *Gigante Crocodilo Prime*.



Fonte: Captura de tela do perfil de Ricardo Patrese

DJ Patrese é sempre o primeiro a tocar durante as festas, então o primeiro contato do público é com ele, junto com seu parceiro Marlon Beats. Em suas performances sempre cita o @ de seu instagram, o que faz o alcance ser maior.

Durante a observação de seu perfil, percebi que o, também, produtor musical, faz postagens mais dinâmicas em relação aos perfis dos outros DJs. Por exemplo, em suas publicações, existem mais memes e divulgação de seu trabalho, o que chama melhor atenção de seus seguidores.

Imagem 10. Meme em post do DJ Patrese.



Fonte: Captura de tela do perfil de Ricardo Patrese

Atrás de Patrese, o segundo mais seguido no *Instagram* é o DJ Dinho Pressão. Ele “sempre” está presente na rede social, utilizando as ferramentas que a mídia dispõe e, também, com um perfil comercial. Dinho fez as primeiras postagens em 2017, fotos com filhos e esposa intercaladas com divulgação das festas da aparelhagem, publiposts¹³ e conteúdos de humor. As postagens mais comentadas são os posts com as músicas mais tocadas e faladas durante a festa do *Gigante Crocodilo Prime*, todas em formato mp4, e os destaques são colocados para que os internautas possam ver de primeira.

Imagem 11. Perfil do DJ Dinho Pressão da aparelhagem “Gigante Crocodilo Prime”.



Fonte: Captura de tela do perfil de DJ Dinho Pressão

¹³ Publipost é quando empresas ou marcas sugerem que pessoas com forte influência digital (leia-se: com grandes números de seguidores e visualizações) apresentem produtos nas redes sociais com intuito de obter lucro.

Sandro de Almeida, de 29 anos, conhecido como DJ Dinho, também é muito “atuante” com suas postagens no *Instagram*. Há 6 anos como integrante da aparelhagem Gigante Crocodilo Prime, DJ Dinho divide as atividades e performances com seu parceiro DJ Gordo, juntos, eles se autodenominam como os “Irmãos referência em pressão” e levam o slogan para as redes sociais. Em uma entrevista realizada via *Whatsapp*, dia 04 de junho, DJ Dinho afirmou que é importante dá atenção aos seus seguidores-fãs. “Sempre procuro responder a “galera” quando perguntam algo ou interação de qualquer forma. Com toda essa relação, já até fiz amizade para além da tela do celular. O carinho é tanto que alguns seguidores nos fazem visitas, fazem festas de aniversário durante a festa do “Croco”, nos convidam para almoços, então fazemos o possível para responder a esse afeto que eles têm por nós”, disse DJ Dinho Pressão.

Imagem 12. Post do Dj Dinho Pressão mostrando a blusa da marca que fazem parceria com os DJs.



Fonte: Captura de tela do perfil de DJ Dinho Pressão

DJ Gordo Pressão, o terceiro mais seguido no *Instagram*. Na primeira postagem, em 2018, o DJ postou uma foto de uma das atividades de seu cotidiano disse na legenda que estava aprendendo a mexer na rede social. Ao contrário dos demais DJs já apresentados neste

artigo, Gordo Pressão não tem sua conta comercial, e a maioria das postagens são vídeos, que são pouco comentados, inclusive. Mesmo mostrando que não tem o total domínio da ferramenta, o DJ consegue fazer da rede social a extensão de seu trabalho na aparelhagem, já que os seus seguidores parecem não se importar com o feito.

Imagem 13. Perfil do DJ Gordo da aparelhagem Gigante Crocodilo Prime.



Fonte: Captura de tela do perfil do DJ Gordo da aparelhagem

DJ Gordo coleciona publicações diversas. Durante as observações, é possível notar que o DJ dialoga de forma mais íntima com seus seguidores, entre posts referentes ao seu trabalho na aparelhagem Gigante Crocodilo Prime, ele também faz uma espécie de rede social colaborativa, onde seus seguidores fazem postagens cômicas e ele reposta em seu *feed*, além da interação nas menções dos *stories*.

Gráfico 14. Durante a festa, você se incomoda com a interação dos DJs com o público?



Fonte: Captura de tela.

É ainda com muitos “abraços”, “beijos” e histórias contadas de cima das toneladas de

estruturas metálicas, de placas de led, de vários tipos de luzes e caixas de som, que o público se diverte, visto que 43,1% diz não se incomodar com as falas dos DJs. Marcio Souza Gonçalves (p.137) afirma que junto a valorização do DJ, sua prática musical se transforma, de modo que o DJ se torna cada vez mais uma espécie de compositor e também como um meio atrativo e “publicitário” para atrair público para as festas.

CONSIDERAÇÃO FINAIS

Enfim, 6h. O sol já nasceu. Saideira. Como visto ao longo desta fest, OPS! deste artigo, houve todo um contexto para a transformação da comunicação dos DJs nas festas de aparelhagens. Em destaque, o Gigante Crocodilo Prime, o qual escolhi analisar. A cena musical paraense e a cultura regional se entrelaçaram com a tecnologia e a cultura digital, possibilitando novas formas de comportamento e consumo, o que foi viável para compreendermos na teoria, as questões dos processos culturais.

Quando se pensa no antigo tocador de discos, vem a imagem da performance, talvez, sem emoção, da pessoa “debruçada” em cima de um equipamento que toca para muitas pessoas e sequer desvia o olhar da mesa de áudio. Mas, isso deve ter ficado para trás já que a figura do DJ de festa de aparelhagem é um dos principais elementos para uma boa comunicação durante o lazer.

Nesta análise foi possível compreender e visualizar a comunicação estabelecida entre os DJs e o público dentro e fora do ciberespaço, de um modo diferente, como um “grande ensaio”, que segundo Geertz é a que mais se ajusta à “qualidade experimental” do empreendimento aqui proposto (2008, p. 13).

Mais do que isso: ao longo deste trabalho vimos que esses DJs, junto com seus perfis cumprem um papel de fortalecer e engajar ainda mais o consumo cultural já existente nas festas de aparelhagens, mas também de estabelecer uma melhor comunicação interpessoal antes e depois dos eventos. A partir de todas essas narrativas construídas juntas, podemos configurar novos comportamentos e formas de consumo.

Agora, já que é hora de voltar para casa depois de nos divertimos bastante, vale a pena refletir se os DJs vão seguir desenvolvendo seus trabalhos, vão seguir sendo importantes e se a cultura das festas de aparelhagens também seguirá forte em Belém do Pará. Assim, quem sabe, poderemos curtir uma próxima festa em um outro final de semana

de um jeito bem paraense com muito tecnobrega. Da boquinha do animal até sua influência digital.

REFERÊNCIAS

CARDOSO, João Batista; SANTOS, Roberto; VARGAS, Herom. “Inovações na linguagem e na cultura midiática. In: VARGAS, Herom; CARDOSO, João Batista; SANTOS, Roberto. **Mutações da Cultura Midiática**. São Paulo: Paulinas, 2009.

CHADA, S. M. M.; Costa, A. M. D. da. **Tecnobrega; a produção da música eletrônica paraense**. In: Lia Braga Vieira / Lucas Robatto / Cristina Tourinho. (Org.). *Trânsito entre fronteiras na música*. 1ed. Belém: PPGARTES, 2014, v. 1, p. 257-296.

EWERTON, Samir Pereira. **Do tocador de discos ao DJ produtor: uma análise histórica da evolução do discotecário na Música¹**. Disponível em:
http://musica.ufma.br/musicom/trab/2010_GT3_05.pdf

CASTRO, Gisela G.S. **Entretenimento, Sociabilidade e Consumo nas Redes Sociais: cativando o consumidor-fã**. 2012. Revista Fronteiras – estudos midiáticos- Unisinos

GEERTZ, Clifford. **O Saber local**. 10^a edição. Petrópolis: Vozes, 2008.

GONÇALVES, Marcio Souza. **Resenha Eco Pós – v.6, n.2**. São Paulo, 2003.

LEMONS, André; LÉVY, Pierre. **O futuro da internet: em direção a uma ciberdemocracia**. São Paulo: Paulus, 2010.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. Tradução de Carlos Irineu da Costa. Editora. 34, 1999. PIRES, Maria Cecília Cunha Moraes. **O que há de novo na cultura de massa? Um estudo através da música dos DJs**. 2001. Dissertação (Mestrado em Psicologia Clínica) – Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2001.

LIMA, Andrey Faro de. **A nova música Paraense e a busca pelo “sotaque perdido”: diferentes performances, velhas narrativas, antigos dilemas**. 2016. Disponível em:
<https://periodicos.ufrn.br/equatorial/article/view/14919/pdf>

LIMA, Andrey Faro de. **É a Festa das Aparelhagens: Performances Sociais e Discursos Sociais**. 2008. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais – Antropologia) – Instituto de Ciências Humanas, Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais,



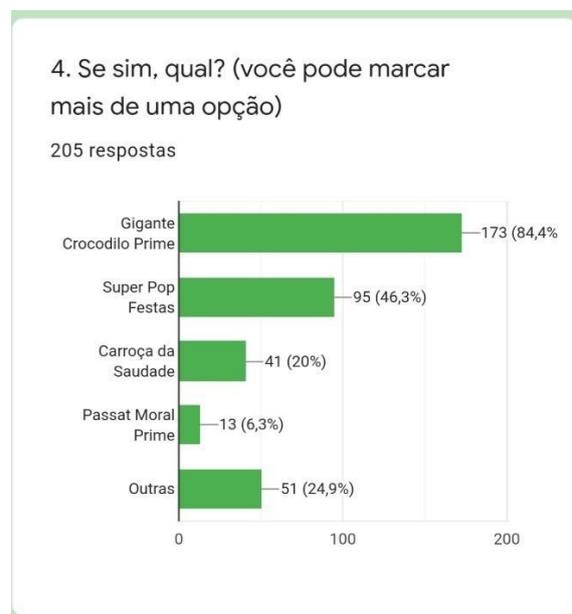
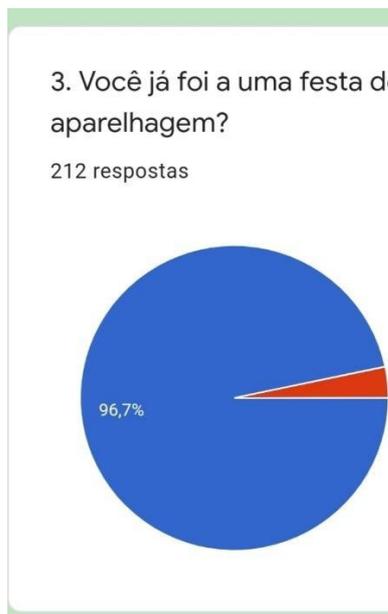
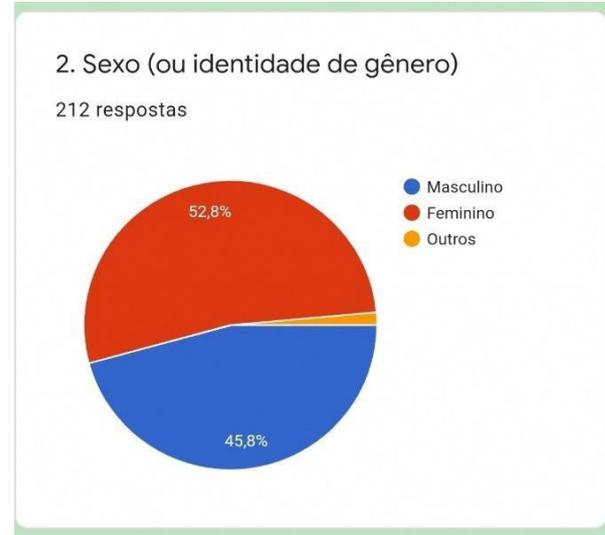
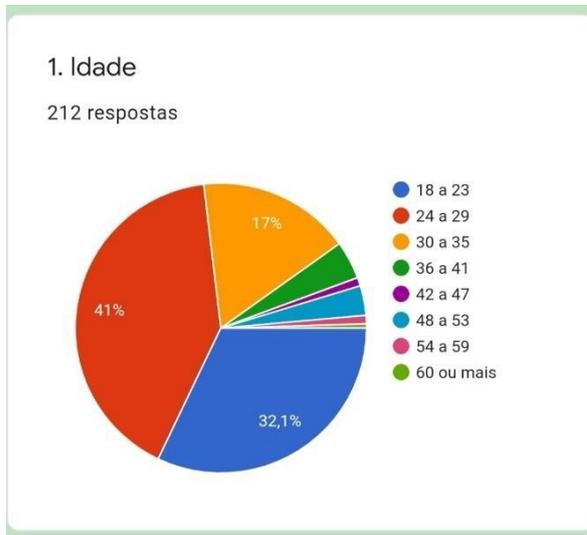
Universidade Federal do Pará, Pará, 2008.

OLIVEIRA, Enderson. **Insólitos sons da Amazônia? Experiência e Espírito de Época na Cena e no Circuito rock de Belém do Pará entre 1982 e 1993.** Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais – Antropologia da Universidade Federal do Pará. Belém, PA: 2013.

SILVA, Tarcízio; STABILE, Max. **Monitoramento e Pesquisa em Mídias Sociais: Metodologias, Aplicações e Inovações.** São Paulo: Uva Limão, 2016

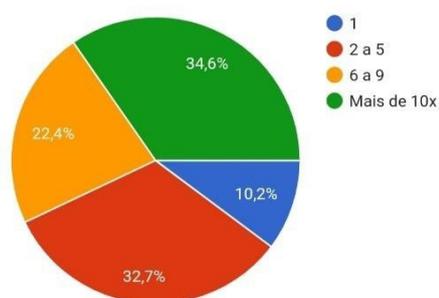
YIN, Robert K. **Estudo de caso: planejamento e métodos;** trad. Daniel Grassi - 2.ed. - Porto Alegre: Bookman, 2001.

ANEXOS



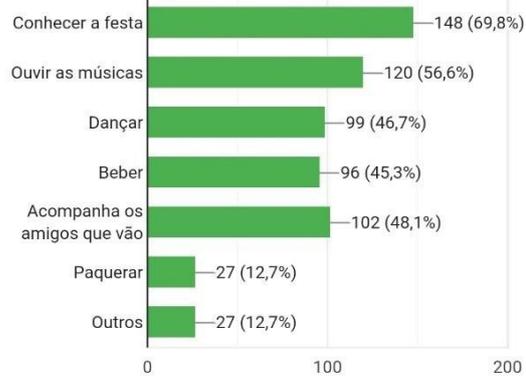
5. Quantas vezes?

205 respostas



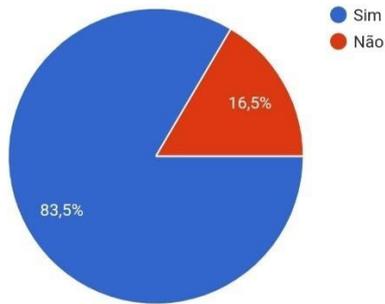
6. Por que você foi/ frequenta? (você pode marcar mais de uma opção)

212 respostas



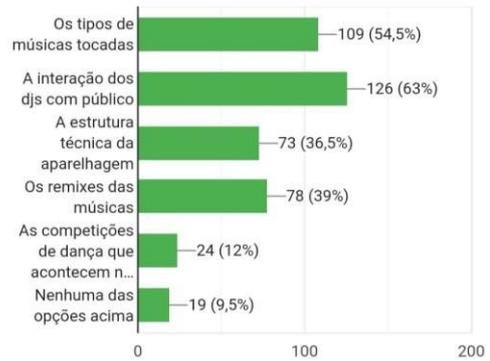
7. Você já foi a uma festa do Gigante Crocodilo Prime?

212 respostas



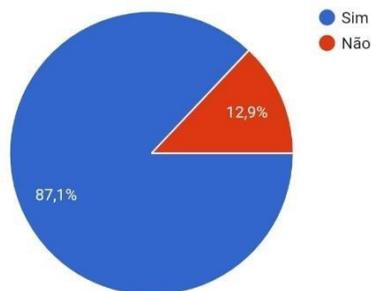
8. Na festa de aparelhagem do Gigante Crocodilo Prime, o que vc mais gosta?(você pode marcar mais de uma opção)

200 respostas



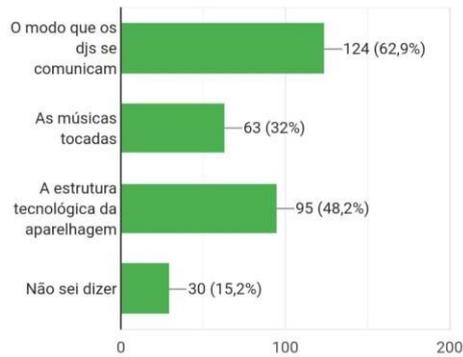
9. Você acha que há diferença do Gigante Crocodilo Prime com outra aparelhagem?

201 respostas



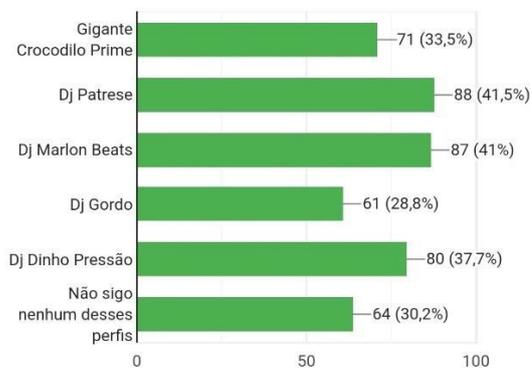
10. Se você acha que há, qual a maior diferença do Crocodilo Prime em relação as outras aparelhagens? (você pode marcar mais de uma opção)

197 respostas



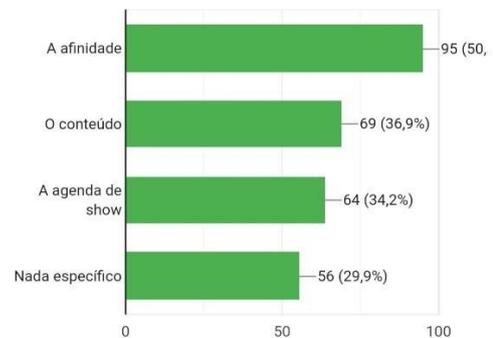
11. Você segue nas redes sociais alguns dos perfis abaixo?(você pode marcar mais de uma opção)

212 respostas



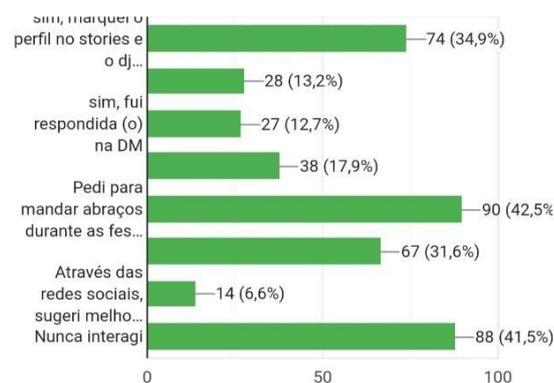
12. Se segue, o que atrai você a seguir eles?(você pode marcar mais de uma opção)

187 respostas



13. Você já interagiu com eles (dj's) de alguma forma? (você pode marcar mais de uma opção)

212 respostas



14. Durante a festa, você se incomoda com a interação dos djs com o público?



212 respostas

