

“E daí?”, “pronto, falei!”, “confesso”: artimanhas discursivas de qualificação e desqualificação do gosto e da distinção

”¿Y qué?”, “listo, ¡lo dije!”, “confeso”: artimañas discursivas de calificación y descalificación del gusto y de la distinción

”So what?”, “there, I said it!”, “I confess”: discursive strategies of qualification and disqualification of taste and distinction

Ana Lucia Enne¹

Palavras chave:

Gosto

Distinção

Artimanhas discursivas

Consumo

Cultura musical

Resumo:

Em nosso artigo, pretendemos discutir o uso de estratégias discursivas para justificar determinadas práticas de consumo cultural que tendem a ser deslegitimadas pelo status dominante em termos do que se entende como “bom gosto”. Elegemos as categorias-chave “E daí?”, “Confesso” e “Pronto, falei” como operadoras discursivas deslizantes que permitem a afirmação de um gosto desviante, que, de forma ambígua, acabam também por reiterar lugares fixados de distinção e discriminação. Para realizar a análise do uso de tais categorias, focamos nossas reflexões em exemplos pinçados do universo digital, em especial fóruns de debates, blogs, perfis em redes sociais e comunidades de partilha de gosto no Orkut.

Resumen:

En nuestro artículo, pretendemos discutir el uso de estrategias discursivas para justificar determinadas prácticas de consumo cultural que tienden a ser deslegitimadas por el estatus dominante en términos de lo que se entiende por “buen gusto”. Elegimos categorías clave, “¿Y qué?”, “Confeso” y “Listo, lo dije”, como operadoras discursivas deslizantes que permiten la afirmación de un gusto desviante, que, de forma ambigua, acaban también reiterando lugares fijados de distinción y discriminación. Para realizar el análisis del uso de tales categorías, hemos enfocado nuestras reflexiones en ejemplos pellizcados del universo digital, en especial foros de discusión, blogs, perfiles en redes sociales y comunidades de compartición de gusto en Orkut.

Palabras clave:

Gusto
Distinción
Artimañas discursivas
Consumo
Cultura musical

Keywords:

Taste
Distinction
Discursive strategies
Consumption
Musical culture

Abstract:

In our article, we intend to discuss the use of discursive strategies to justify certain practices of cultural consumption that tend to be delegitimized by the dominant status in terms of what we is understood as “good taste”. We have elected key categories, “So what?”, “I confess” and “There, I said it”, as sliding discursive operators that allow the affirmation of a deviant taste, which, ambiguously, also end up reinforcing fixed places of distinction and discrimination. To perform the analysis of the use of such categories, we have focused our reflections on pinched examples of the digital universe, particularly discussion forums, blogs, social network profiles and communities based on shared tastes on Orkut.

**“E daí?”, “pronto, falei!”, “confesso”:
artimanhas discursivas de qualificação
e desqualificação do gosto e da
distinção**

Apresentação

Este artigo² parte da compreensão, a partir de estudos seminais sobre a questão do consumo cultural e as dimensões do gosto e da distinção, de que existem embates permanentes em torno das práticas de consumo, diretamente ligados às construções de identidades e alteridades. Dessa forma, estamos partindo do pressuposto de que a dimensão do gosto está fortemente ligada a eixos valorativos, não sendo possível pensá-la fora desse jogo relacional. E que algumas dessas práticas irão constituir hegemonias do gosto e interdição das diferenças, implicando em desqualificação e exclusão daqueles que adotam práticas não legitimadas.

Porém, como as culturas são arenas significativas de disputas, podemos perceber práticas de resistência a essas imposições do gosto hegemônico, através do reconhecimento do consumo de produtos culturais tidos como “desqualificados”, como, por exemplo, aqueles mais diretamente relacionados à cultura de massa e alguns setores do que se entende como universo da cultura popular, por parte de sujeitos em tese mais preparados para uma fruição mais “qualificada” de consumo cultural, em razão de posição de classe, grau de escolaridade, acesso a bens de consumo etc. Essas demonstrações de gosto se darão dentro de processos culturais em que estão em jogo diversas estratégias de distinção, como demonstrou Pierre Bourdieu (2007).

Neste sentido, muitas dessas demonstrações de consumo cultural não canonizado tendem a vir acompanhadas de estratégias discursivas que ocupam lugar ambíguo e deslizante no jogo da construção das identidades acima descrito, como o uso de expressões como “E daí?”, “Pronto, falei!”, “confesso”, dentre outras estratégias que analisaremos. Tais expressões, ao mesmo tempo em que são acompanhadas da explicitação do lugar do consumo desafiador ao *status quo*, também permitem aos sujeitos que as proferem uma legitimação em termos do gosto dominante, pois se trata, segundo a artimanha lingüística operada, de um desafio ou um desvio, e não uma ignorância ou adesão espontânea a um gosto “desqualificado”. São, a nosso ver, brechas significativas para a discussão sobre consumo cultural e a construção do gosto e da distinção, podendo ser pensadas como táticas no sentido proposto por Michel de Certeau (1994).

Para efetuarmos tal reflexão, trabalharemos com discursos de consumidores no ciberespaço (LEVY, 1999), publicizados através de perfis em redes sociais, blogs, fóruns de debates ou em comunidades digitais de gosto, que giram em torno do consumo de produtos culturais desqualificados pelo gosto hegemônico, principalmente os relacionados ao universo da fruição musical. Em alguns casos, a guisa de comparação, também mapearemos falas relacionadas ao consumo de produtos canonizados, para tentarmos perceber algumas nuances em torno da construção identitária dessas práticas de consumo, entendendo, como Mary Douglas e Baron Isherwood (2006), que bens de consumo são materiais e principalmente simbólicos, permitindo diversas produções de sentido. E que através do consumo, inclusive via legitimação de uma retórica metafísica que tende a associar consumir com existir (CAMPBELL, 2006), os

sujeitos constroem importantes âncoras identitárias, principalmente em um mundo de hiperconsumo, de frenesi do consumo, em que as práticas ligadas a esse fazer ocupam lugar central, como demonstra Lipovetsky (2007).

Pretendemos observar como a construção do gosto e da distinção, mesmo quando aparentemente buscando romper com os paradigmas excludentes e implicando numa inserção de sujeitos qualificados na fruição e reconhecimento de práticas culturais tidas como deslegitimadas, através das marcas lingüísticas que mapearemos, acaba por reiterar estes lugares de dominação e delimitação das fronteiras da identidade partilhada e da diferença renegada.

Acreditamos que uma discussão acerca do que estamos chamando aqui de “artimanhas discursivas” em torno da afirmação do gosto tenha importância não só acadêmica, no sentido de permitir discussões relevantes para os estudos do consumo cultural e a construção de modelos de distinção fundamentais para a configuração das identidades e marcação das diferenças, mas exatamente por isso, pelo seu caráter fortemente atrelado a aspectos essenciais da vida cotidiana, consideramos que tal reflexão possua uma relevância também política, no sentido de desvelar lugares de construção de hegemonia e demarcação de paradigmas excludentes, que tendem – se não a impedir – a constrianger e reduzir o potencial da diversidade e das mediações do consumo cultural. Entendemos que as práticas do consumo cultural são importantes marcadores sociais e que mapeá-los e, principalmente, desvelar seus múltiplos véus, inclusive ideológicos, seja antes de tudo um estudo sobre as fortes imbricações entre as esferas do consumo, gosto e distinção e as aproximações entre saber, poder e controle social.

As artimanhas lingüísticas de afirmação/negação do gosto desqualificado

Escolhemos mapear, para ilustrar nossa reflexão, alguns lugares-chave de construção de comunidades de gosto e afirmação identitária na internet, seja através de sites e blogs, mas especialmente via comunidades de interesse e *hashtags* nas principais redes sociais no Brasil, Orkut, Facebook e Twitter.

O mapeamento da tag #e daí? no Orkut nos fornece um ótimo caminho de análise. Dentre as primeiras 60 entradas (que, em geral, contemplam as comunidades com mais membros), encontramos diversas que se referem à afirmação de gosto cultural com apoio da expressão “E daí?”. Elegemos esta categoria como central para nossa discussão, por entendermos que ela indica uma posição de aparente desafio, em que, partindo do reconhecimento de que se trata de um gosto não canonizado, de uma apreciação estética que tende a resultar em preconceito e estigmatização, afirmar o gosto é, antes de tudo, assumir uma posição, demonstrar “personalidade”, não ceder à imposição do gosto cerceador. Para exemplificar, podemos citar as comunidades e seus textos de abertura:

“Eu gosto de Sertanejo, e daí?!” (300.600 membros) - “As pessoas falam que você é brega por ouvir Sertanejo? Não se deixe levar pelo preconceito”³;

“Eu vejo novela, e daí?!” (32.018 membros) – “Um espaço para quem gosta de novela, e não está nem aí para o que os outros dizem. A gente sim, sabe o que é se divertir...”;

“Eu amo pagode e funk, e daí?” (101.476 membros) – “Comunidade feita pra você que quando está em uma festa e toca aquele pagode do tipo revelação... bokalokaa vc fica feliz sem motivo! (...) e que sempre

tem uma babaca pra dizer que pagode e funk é tosco e bom msm é iron maiden!";

"Eu ouço Bruno e Marrone, e daí" (53.942 membros) – "Essa é uma comunidade pras pessoas que são discriminadas por ouvirem Bruno e Marrone... Vc está cansado(a) de ser chamado de brega pelos seus amigos (...)"

"Gosto de banda Calipso, e daí?" (57.349 membros) – "Comunidade dedicada para todos aquelas pessoas que já sofreram por gostar de Calypso!"

Os exemplos acima nos ajudam a perceber o quanto a expressão "E daí?" aparece como um componente fundamental em termos de construção de um marco de resistência a práticas contínuas de cobranças e discriminação. De certa forma, estamos argumentando que o uso de expressões como "E daí?" são claramente motivados por ações correntes de preconceito, em que a afirmação do gosto se dará em um contexto desfavorável. Assim, nas apresentações destacadas acima, a imposição do gosto do outro implica em "sofrimento", "discriminação", "cansaço", "preconceito". Admitir uma determinada preferência cultural, nesse caso, implica em "não se deixa levar", em "não estar nem aí para o que os outros dizem". Trata-se de uma reação significativa a um gosto imposto e classificador.

Para ilustrarmos ainda mais esta questão, optamos por fazer uma comparação através do uso de duas palavras-chave para esmiuçarmos comunidades do Orkut, as categorias "Bossa Nova" e "Música Brega", ambas associadas, no senso comum, a valores distintos, sendo a primeira canonizada como expressão artística de boa qualidade e a segunda como manifestação de mau gosto, muitas vezes nem sendo considerada, por alguns, uma forma de arte ou cultura.

Quando procuramos por "bossa nova" no Orkut, nas primeiras 60 referências encontramos somente uma comunidade de repúdio ao estilo, "Eu odeio Bossa Nova" (410 membros). No entanto, mesmo nesse caso, o texto de entrada implica em uma positivação do mesmo, ainda que indireta: "Se você também acha que pra ser considerado inteligente tem que gostar dessa bosta e amar Tom Jobim e João Gilberto, não entre nessa comunidade, aqui não é o seu lugar". Nas demais comunidades, a maior parte ou é somente uma referência ao nome "Bossa Nova" ou traz referências claramente positivas, como "Eu amo Bossa Nova e MPB" (16.661), "Adoro Jazz e Bossa Nova" (932), "Eu amo Bossa Nova de paixão!!!" (58). Alguns de meus contatos no Orkut, inclusive, citam a Bossa Nova entre suas preferências musicais, o que leva ao aparecimento de seus nomes quando realizo a pesquisa por palavra-chave. Citar a Bossa Nova, neste sentido, confere status extremamente positivo em termos de consumo musical.

Quando passamos para a palavra-chave "música brega", o quadro se mostra bem distinto. Em primeiro lugar, não há qualquer link para manifestações voluntárias de parte de meus contatos. Ninguém cita espontaneamente "música brega" na definição de seus perfis. Dentre as 12 primeiras entradas para esta rubrica, embora a primeira seja "Amantes da música brega" (10.000), aparecem três comunidades com o nome "Eu odeio música brega" (respectivamente com 3.247, 1.028 e 692 membros). Nesta última, o texto de abertura é taxativo: "DIGA NÃO ÀS DROGAS, OUÇA MÚSICA DE QUALIDADE!" (com as evidentes maiúsculas, para não deixar dúvidas acerca da urgência deste "alerta"). O caráter depreciador é evidente. Dentre as 60 primeiras entradas, encontramos muitas outras que abordam o consumo de música brega como algo

negativo, dentre as quais podemos destacar: “Odeio música sertaneja e brega” (520) e “Brega é música de macaco” (17). Duas comunidades têm o título “Eu adoro música brega, e daí” (com 231 e 57 membros). Novamente, o uso da expressão “e daí?” opera de forma ambígua, pois ao mesmo tempo em que valida uma atitude de gosto pessoal, reconhece e externaliza seu lugar de estigma e de desvio ao que não é legitimado. Trata-se de uma expressão que gera uma dupla interpretação: de desafio a um gosto dominante, mas também de reconhecimento da existência desse gosto.

Para complementar estas observações, podemos detalhar, de forma bem significativa, uma diferença percebida em torno da construção do gosto na configuração das duas escolhas em termos de consumo musical que citamos até aqui. Enquanto no caso da música brega as comunidades “Meu pai só ouve musica brega!” (47) e “Minha mãe só ouve música brega” (130) parecem indicar um afastamento geracional de um gosto a ser superado, por ser ruim, no caso da Bossa Nova encontramos a comunidade “Meu filho escutará bossa nova” (2.307), com o seguinte texto de apresentação: “Pois bem... Se você acha que a Bossa Nova é sinônimo de cultura, literatura, intelectualidade e almeja que teu filho seja um contemplador desse que foi o maior movimento musical do Brasil, essa comunidade foi feita pra você!”. Ao contrário do mau gosto da geração passada, relacionado à música brega, que precisa ser superado, o bom gosto, associado à bossa nova, deve ser passado para a próxima geração, como herança cultural.

Também escutar Chico Buarque de Holanda deve ser herança para os filhos, como assegura a comunidade “Meu filho ouvirá Chico Buarque” (2.573), vide seu texto de abertura: “Comunidade pra galera que conhece e admira [sic] as músicas

de Chico Buarque e não vai cometer o crime de deixar um filho crescer assim... sem conhecer essa arte maravilhosa!!! O que é bom tem que ser passado!!!!”. No caso de Chico Buarque, também um cantor/compositor considerado dogmaticamente como símbolo de excelência, não só não encontramos, nas primeiras 60 entradas, nenhuma associação com um gostar de Chico atrelado a uma postura “e daí?”, como todas as comunidades listadas, sem exceção, ou trazem somente o nome do cantor/referência a uma de suas músicas, ou são explicitamente positivas, como nas comunidades “Chico-latras – Chico Buarque” (5.770), “Eu daria para Chico Buarque” (2.972), “Eu amo Chico Buarque” (2.573), “Chico Buarque é eterno” (1.529); “Chico Buarque é o cara” (410), dentre outras. Entrando em “Chico Buarque, sensacional” (3.673), o texto de abertura não precisa justificar nada para assegurar o bom gosto: “Simples assim. Grande Chico!”. A qualidade, nesse caso consagrado, não só dispensa explicações, como nos lembra aquilo que Bourdieu (2007) aponta como marca simbólica daqueles que se sobressaem pelo acúmulo de capital cultural: uma fruição de consumo mais frugal, sem excessos, onde menos é mais, onde a simplicidade opera como sinal de refinamento.

Mas quando necessário também se recorrem aos elogios mais caudalosos para legitimar o gosto, como no exemplo da comunidade “Chico Buarque” (7.554), em que o mediador opta por esse texto para apresentar seu ídolo:

“Compositor, intérprete, poeta e escritor, Chico Buarque é hoje uma referência obrigatória em qualquer citação à música brasileira dos anos 60 pra cá. Sua influência é decisiva em praticamente tudo que aconteceu musicalmente no Brasil nos últimos 35 anos, pelo requinte melódico, harmônico e poético que suas obras apresentam”.

Conhecer a obra de Chico é, portanto, “obrigatória”; sua influência é “decisiva em praticamente tudo”, pelo seu “requinte”. Bem diferente, como poderemos ver, das estratégias de justificativa de gosto em torno de outro grande nome da música brasileira, o também cantor e compositor Fábio Jr. Se a primeira das comunidades com seu nome é “Fabio Jr. Sensacional!!!!” (44.681), a segunda, com 40.850 membros, se chama “Gosto de Fabio Jr sim, e daí?!”⁴ e apresenta a seguinte descrição: “pra todos que gostam e não tem vergonha de falar que ouvem Fábio Jr!!! O cara é um fenômeno: - canta as melhores músicas “dor de cotovelo” que eu conheço (Caça e Caçador, Felicidade...); - só pegou (pega) gata; é pai da Cleo Pires (GATA tb); (...) Enfim... precisa mais?!?! Hehehehe”. Ele merece, portanto, a devoção do fã não pelos critérios que foram reservados a Chico, mas por ser “pegador”, pai de uma “gata”, cantor das melhores músicas “dor de cotovelo”. Respondendo à pergunta retórica do autor da mensagem de abertura da comunidade, talvez sim, seja preciso mais, tanto que isso não parece suficiente para uma declaração de gosto sem adereços lingüísticos, do tipo “Gosto de Fábio Jr”, sem complementos. Na verdade, é preciso dizer que sim, que se gosta desse cantor; e desafiar o gosto hegemônico que reprime com o já tão citado “e daí?”. Em outra comunidade semelhante, batizada “Eu sou fa do Fabio jr., e daí?” (1.340), a conclamação à resistência é mais explícita: “As amigas, ou os amigos, podem até rir, mas a gente tem os CDs e ouve bem baixinho, viajando, pra ninguém descobrir esta paixão! Mas agora chegou a hora de revelar...”. Há que se temer o riso dos amigos/amigas, talvez por isso em muitas dessas comunidades de apoio a um gosto não canonizados os autores de seus títulos e mensagens costumam rir, eles mesmos, marcando o texto com sinais de um gostar envergonhado, que precisa ser “revelado”, “as-

sumido” e “confessado”, e não deve ser levado muito a sério.

Assim, confessar que escuta Fábio Jr. também é motivo de vergonha e implica em atitude de “assumir” para a usuária “My Axl”, que no fórum de discussão do site do gunsrosebrasil.com sugeriu uma brincadeira em torno da expressão “Confesso que gosto”, nos permitindo colocar em cena uma outra categoria que nos parece fundamental na construção ambígua das escolhas em termos de consumo cultural, a do “Confesso”. Vale a pena, a nosso ver, reproduzir parte dos diálogos desse fórum:

My Axl – “Bom, eu vi isso em um programa e achei bem divertido... Todo mundo tem uma banda/cantor(a)/música que gosta mas que tem vergonha de assumir por 1000 motivos: é brega, dor de corno, de um estilo que não combina com o seu, etc... Que tal a gente assumir nossos “podres” hehehehehe???? Vou começar: confesso que gosto de Roupa Nova e Fábio Jr”

Thiago GN’R – “putz nem vou participar senão gente aqui ia me zuar eternamente kkkk”

SEPHI – Isso é meio difícil aqui, como o próprio Thiago disse... geralmente quem fala é zuado pelo resto da vida (...) Mas pra não deixar essa tua idéia morrer... eu vou continuar... confesso que gosto de Yellowcard :S”

My axl – “ahhhhh eu imaginei que a galera ia pensar assim... mas macho que é macho vai assumir!!!! Todo mundo tem um podre... pensa bem, eu escuto Fábio jr. Às vezes, herança de minha mami...”

Ma – “Ah musica brega (vergonhosa) tem umas 00438983498 milhoes queu gosto tipo: Total Eclipse of The Heart – Bonnie Tyler e aquela La da Kate Bush rsrs, tem mais mas eu fiquei com vergonha de postar as outras rsrs”⁵

O medo de ser “zoadado” faz com que muitos pensem antes de confessar seu grande “pecado”: um gosto ridicularizável, por ser “brega” ou “dor de corno”. A confissão é tão grave que gera uma crise identitária, por envolver um “estilo que não combina com o seu”, marcando claramente projetos de distinção e performance do self. Para assumir, é preciso ser “macho”, porque a confissão faz aquele que consome e gosta desse tipo de música entrar no perigoso mundo da podridão e da vergonha. E a culpa, como nos lembra mais uma vez My Axl, remetendo ao que já apontamos acima, é “de mami”, ou seja, do mau gosto da geração anterior, que precisa ser superado. Mas é possível brincar de confessar porque tudo é marcado por risos e pelo tom jocoso, que nos lembram que aquilo, de fato, não é um gosto sério, mas mais um certo desvio, uma permanência indesejada mas não controlada de um consumo quase inconfessável. Só perdoado porque é uma falha coletivizada, um deslize, uma pequena vergonha risível.

Também em perfis do twitter, confessar o “mau gosto” é comum, como podemos perceber nas referências à tag #confesso: “#Confesso que eu assisti o show do #RobertoCarlos ontem. shushushushushu” (@_luanna) e “tá bom vai , #confesso! às vezes, só às vezes, eu ainda canto uns POPs aqui em casa kkkkkk #prontopassou rrs” (@djthricie) (que se apresenta no seu perfil, para não deixar dúvidas com quem de fato está se falando, como “Apaixonada por música boa”). A tag #edai? também revela escapadelas do gosto: “Eu adoro o Roberto Carlos gente, #edai?” (@saamm_y) e “eu tô ouvindo Conde só brega #edai?” (@NataaliaRosee). Não faltam também afirmações apoiadas pelo “Pronto, falei!”, outra categoria importante para nossa análise que agora colocamos em cena: “A TATI GOSTA DE TOCA LUAN SANTANA E CINE NO VIO-

LÃO #PRONTO #FALEI ushauhSUA-SUshuHSUshuhauHSAH =s” (@sheisbroccoli) e “gente chorei até com o final do #clone #pronto falei” (@seforarocha). É importante pensar como o “Pronto, falei!” traduz a aparição pública da palavra proibida, do discurso conjurado por ser inadequado, como nos lembra Foucault (1996). Não era para ser dito, não deveria ser proferido, mas, por brechas e enfrentamentos, o discurso escapole. Com o “pronto, falei!” confere-se estatuto de algo que não se pode reprimir mais, viabilizando o discurso que evade, garantindo o perdão para sua aparição.

Muitas das idéias que estamos analisando no que se refere a essas expressões podem ser observadas quando elas aparecem por vezes conjugadas e associadas a uma série de outras construções discursivas que as reforçam. Para ilustrar este ponto, reproduzo a seguir, na íntegra, link “Gostamos, mas temos vergonha”, do blog da revista teen Atrevida, por entender seu potencial analítico⁶:

“Ok, preciso compartilhar que hoje a trilha sonora do fechamento é a música de abertura do Jaspion (que eu tenho no celular, confeeeeesso). Aí a gente fez uma enquete por aqui: o que é que você gosta muito de ouvir, mas tem vergonha de admitir?

Wagner, diagramador da Atrê: “N*Sync. Mas só vocês da redação sabem” (ih, Wagnovs, contei! haha)

Paula, a editora assistente da Atrê: “Jota Quest e Sandy & Junior. Não contei isso pro meu namorado quando o conheci.” (ela pensou, pensou...)

Ana Paula, a editora-chefe da Atrevidinha: “Gosto do Roberto Carlos e meu sonho é ir a um show dele, prontofalei!” (o.O)

Otávio, diagramador da Atrevidinha: “Gosto de Guilherme Arantes e tenho uma fita das Chiquititas” (O

Tavs usa camiseta do Angra, gente!)

Sarah Ferreira, repórter da Atrê: “Já dancei High School Musical, até parou no Youtube” (ela não divulga o link de jeito nenhum rs)

Regina, chefe de arte Atrê: “Adoraria ir ao show do Sidney Magal” (Regiiiiina!!! Nem imaginava!!!)

Bruno, diagramador da Atrê: “Gosto de uma música do Jô Soares cantando Rockabilly e tenho um CD do P.O. Box” (Bruno, P.O. Box??? haha) E eu? Uma lista... já até perdi a vergonha de admitir: Guilherme Arantes, George Michael (é tuuuuudo!!!) e... a música do Jaspion!!!! \o/”

Neste trecho que destacamos acima, “confesso” e “pronto, falei!” são recursos necessários para “admitir a vergonha” de gostar de ouvir determinados produtos musicais. A editora, que convoca os colegas de redação para a brincadeira, através dos parênteses reforça o lugar incômodo da confissão, fazendo apartes depreciativos sobre outros traços de gosto e se mostrando chocada com o fato, por exemplo, de nem imaginar que “Regiiiiina!!!”, chefe de arte da revista e portanto portadora de claro capital cultural legitimado e distintivo, confessar que “adoraria ir ao show de Sidney Magal”. O jogo entre confessar e aceitar ser alvo de brincadeiras jocosas em razão disso é o mote, assim como no exemplo citado acima com a proposta de My Axl, para a adesão a explicar o gosto duvidoso. Nos dois exemplos, o que motiva o desabafo confessional é um jogo proposto por duas usuárias que já parte da admissão de que se trata de uma “vergonha”, que somente na brincadeira poderia ser admitida.

No entanto, por vezes a entrada em cena – principalmente levando em conta um contexto adverso de cena, em que o gosto hegemônico tende a repudiar o gosto desviante – através de ex-

pressões como as citadas, em especial a “e daí?”, pode não ser encarada como brincadeira, implicando em um conflito discursivo com uma troca intensa de respostas belicosas, como podemos ver no significativo exemplo a seguir, retirado de um debate no fórum de “música geral” do site Cifraclub.⁷ Nele, um usuário, de *nick* Tomsena, abriu uma lista de discussão com a afirmação “Eu gosto de rap... e daí?”. A partir disso, ele foi alvo de uma série de respostas acentuadamente agressivas ou desqualificadoras, como podemos ver em alguns dos exemplos que pincei para ilustrar o que pretendemos discutir: “E o que eu tenho a ver com isso?”, “E daí que seu gosto musical é um lixo”, “E daí? Você quer que a gente te chingue?”(sic), “Eu gosto de tomar sorvete em dias frios... e daí?”, “Eu durmo com edredons em dias quentes... e daí????”, “Azar o seu”.

Depois dessa série de “esculachos” e rejeições, o autor da mensagem original, Tomsena, disse que iria embora. Novamente, mais agressões: “finalmente, tá indo tarde”, “Esse é um fórum para música e não para rap, não posso te tirar a força do fórum, mas tenha o bom senso de se retirar...”. Neste ponto, a desqualificação faz com que o rap não seja somente um estilo menor de música, mas a ele é negado inclusive o estatuto de ser música. A negação do gosto do outro vai caminhando, assim, para a negação do próprio outro, como veremos a seguir.

Tomsena retornou, então, para dizer que acreditava na força do rap como transformadora da realidade e por seu caráter de denúncia social das condições desfavoráveis dos que moravam em comunidades de periferia, como ele mesmo. E frente às acusações de que o rap seria um estilo pobre musicalmente, ele se defende dizendo não estar exatamente preocupado com a qualidade da músi-

ca, mas com esse aspecto sociológico do estilo musical. E se defende dizendo: “Eu estou falando intelectualmente, que é o que importa”.

Essa frase e as argumentações adjacentes suscitaram nova onda de agressões, desqualificações e escárnio. Dentre as refutações: ”hauhauhauhauhauhau rap é uma coisa muito intelectual mesmo...”, “Pior que tem gente que se acha melhor por ser rapper, aqueles “manos” andando no shopping fazendo pose...”, “tem nego que gosta de dar a bunda e nem isso justifica esse seu gosto péssimo pra música!”, “Curte Rap??? É negu du morru? Então monta uma rima ae pra mim de 300 linhas malandão!”, “Se vc gosta então continue gostando e pare de me encher o saco”, “eu não gosto de cagar fora de casa e daí?”, “pessoalmente, eu ODEIO rap, acho uma coisa vazia e sem estilo (...) E sinceramente, as roupas dos rappers são horríveis! Aquelas calças caindo parecem como se eles tivessem cagado na calça! Sem falar que as meninas se vestem como verdadeiras putas.”, “Resumindo: Rappers são ridículos”, “Rap é um estilo inferior e ponto final”. Tais falas indicam claramente não só a rejeição ao estilo musical, mas a seus consumidores como sujeitos, marcando preconceitos bem fortes, em especial os de classe.

Tomsena, no entanto, é guerreiro e não desiste, mesmo estando totalmente sozinho no jogo argumentativo, contra dezenas de outros usuários que demonstram clara identificação com outros estilos musicais, em especial o rock, externalizando em dezenas de comentários seu repúdio ao autor da declaração inicial, ao rap e a tudo que envolve nosso personagem central, como seu estilo de vida, sua visão de mundo e sua trajetória biográfica. Ainda assim, Tomsena retorna dizendo:

“É uma pena que muita gente não conheça o rap como deveria. Essa história que só tem malandro no rap é o mesmo bordão que só tem viciado em crack e maconha no rock. Esse tópico foi pra expressar minha revolta de ser discriminado por morar na periferia e escutar esse estilo. Não to nem aí pra esses rockeiros que se acham o dono do mundo musical, só acho que o rap tem muito a dizer sobre os problemas de nosso país (...).

E completa em outro tópico:

“Quando fiz este tópico sabia que muito playboizinho que curte essa história de rock, metal e sei lá o quê ia meter o pau no nosso estilo. Só se confirma o que eu já imaginava: rockeiros não se importam com o que escutam ou com o que tentam transmitir nas suas músicas. Deve ser por isso que o rock brasileiro está em decadência”.

A primeira resposta que se segue a essa fala, de um de seus oponentes, é exemplar quando queremos entender as estratégias de legitimação do discurso e exclusão daqueles considerados inaptos para compreenderem não só o consumo superior como para discuti-lo: “Vc toca algum instrumento? Jah estudou música?”. Esta fala, direcionada para um sujeito que está se colocando no debate como sendo morador de comunidade de baixa renda, com prováveis dificuldades de acesso a ferramentas de educação e consumos culturais de classe média e alta, nos lembra, de forma invertida, o princípio do “você sabe com quem está falando?” que Roberto da Matta (1997) trabalha para pensar a configuração da identidade brasileira. Na verdade, as perguntas funcionam como lembrança para Tomsena, no sentido de etiquetá-lo e forçá-lo a se perguntar: “eu sei do que estou falando? Eu sei com quem estou falando?”.

Todos os exemplos aqui listados nos permitem uma visão panorâmica do que estamos tentando trabalhar neste artigo: a existência de conflitos em torno do gosto cultural e a necessidade de artimanhas discursivas para legitimá-lo ou desqualificá-lo. Escolhemos trabalhar com discursos do ciberespaço por entender que eles permitem uma compreensão de como esses embates se travam em espaços de uma fruição ao mesmo tempo qualificada, por requerer cognições mínimas de acesso à internet e, em geral, poder aquisitivo disponível para acesso em tempo contínuo, garantindo o debate em fóruns e participação em comunidades interativas de gosto, mas ao mesmo tempo próxima às construções em torno do gosto qualificado e desqualificado pelo senso comum.

Podemos observar, nos exemplos aqui analisados, que estamos diante de um complexo jogo de construção identitária em torno do consumo de produtos musicais, em que ambiguidades, conflitos, negociações e deslizamentos entram em cena, como procuramos demonstrar neste artigo.

Bibliografia

BOURDIEU, Pierre. *A distinção. Crítica social do julgamento*. São Paulo: EDUSP, 2007.

CAMPBELL, Colin. Eu compro, logo sei que existo: as bases metafísicas do consumo moderno. IN: BARBOSA, Livia e CAMPBELL, Colin (orgs.). *Cultura, consumo e identidade*. Rio de Janeiro: FGV, 2006.

CERTEAU, Michel de. *A invenção do cotidiano*. Petrópolis, RJ: Vozes, 1994.

DA MATTA, Roberto. *Carnavais, malandros e heróis*. Rio de Janeiro: Rocco, 1997.

DOUGLAS, Mary e ISHERWOOD, Baron. *O mundo dos bens. Para uma antropologia do consumo*. Rio de Janeiro: editora da UFRJ, 2006.

FOUCAULT, Michel. *A ordem do discurso*. São Paulo: Loyola, 1996.

LEVY, Pierre. *Cibercultura*. São Paulo: editora 34, 1999.

1 Doutora em Antropologia (PPGAS/MS/UFRJ) e professora do curso de Estudos de Mídia e da Pós-graduação em Cultura e Territorialidades (PPCULT), ambos da Universidade Federal Fluminense. Email: anaenne@gmail.com

2 Esse artigo foi apresentado e discutido no GT Comunicação, Consumo e Diferença, do 2º Encontro de GTs - Comunicon, realizado nos dias 15 e 16 de outubro de 2012 na ESPM/SP. Agradeço a todos os participantes pelas contribuições ao mesmo.

3 Todas as consultas são de setembro de 2011. Em todas as referências citadas, procuramos respeitar as formas de escrita usadas pelos seus autores, incluindo erros gramaticais e formatos típicos do linguajar da Internet. Optamos, por uma questão de espaço, de não colocar os links das comunidades citadas neste artigo, somente adotando essa prática com blogs e sites, por considerar também que estes seriam mais difíceis de serem encontrados via mecanismos de busca.

4 Vale, inclusive, notar que na maior parte das comunidades afirmativas, temos o uso constante de exclamações, muitas vezes repetidas, indicando uma posição veemente de adoração e aceitação do gosto. No caso das comunidades com a expressão "E daí", muitas vezes a mesma é seguida por um ponto de interrogação e exclamação. Não consideramos esse um ponto menor na nossa investigação, pois nos parece simbolicamente indicativo do que queremos afirmar: trata-se de uma positividade temerosa, que, ao mesmo tempo que afirma, também exprime dúvidas.

5 <http://www.gunsnrosesbrasil.com/forum/viewtopic.php?f=14&t=7502&start=0>

6 <http://blogs.atrevida.com.br/redacao/gostamos-mas-temos-vergonha.html>

7 <http://forum.cifraclub.com.br/forum/9/118368/>