

## A Subcultura Digital Dos *Sample Hunters*: Uma Análise dos Perfis no site WhoSampled<sup>1</sup>

Lucas Alves de BRITO<sup>2</sup>  
Universidade Federal de Goiás, Goiânia, GO

### RESUMO

O presente artigo analisa dados públicos obtidos nos perfis dos cem maiores colaboradores do site WhoSampled, plataforma musical online com o foco na prática do *sample hunting*, uma investigação em conjunto da subcultura digital dos fãs da música sampleada, a fim de encontrar as origens dos *samples* utilizados nas suas canções favoritas. Busca-se nessa pesquisa exploratória, observar algumas das práticas culturais, sociais e modos de consumo desse fenômeno da cultura do *remix*, que graças as novas tecnologias digitais potencializaram-se o armazenamento, produção e compartilhamento de conteúdo entre os fãs.

**PALAVRAS-CHAVE:** música sampleada; cultura de fã; cultura do remix; comunidades virtuais.

### INTRODUÇÃO

Apesar de poucos conhecerem a música *Why Can't We Live Together* composta por Timmy Thomas em 1972, sua melodia foi uma das mais populares de 2015 porque foi utilizada como *sample* no *single* de grande sucesso comercial *Hotline Bling* do rapper Drake, música que alcançou o segundo lugar na *Hot 100* da Billboard em 2015<sup>3</sup> e mais de 1,4 bilhão de visualizações no YouTube.

Definindo de forma breve, o *sample* é "uma parte contínua de uma gravação anterior que pode ser muito curta (como um 'som' usado em um instrumento de *sampler*), com alguns segundos, ou até minutos de duração" (Kvifte, 2007, p. 107, tradução nossa, grifo nosso)<sup>4</sup>. É portanto, um recorte ou uma cópia de qualquer som pré-existente - seja

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Comunicação, Música e Entretenimento, XVIII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Mestrando do Curso de Comunicação da FIC-UFG, e-mail: [alvesdebrito.lucas@gmail.com](mailto:alvesdebrito.lucas@gmail.com).

<sup>3</sup> *The Hot 100 - October 24, 2015*. Billboard. Disponível em: <<https://www.billboard.com/charts/hot-100/2015-10-24>>. Acesso em: 29 jun. 2018.

<sup>4</sup> No original: "Here, a 'sample' is a continuous part of an earlier recording, and may be very short (like a "sound" used in a sampler instrument), several seconds, or even minutes long".

---

uma canção, um chibbal, diálogos extraídos de cenas de filmes, sons da natureza - retirado de seu contexto original para a criação de uma nova obra.

Se a música sampleada em seus primórdios era um fenômeno de nicho, um ato de experimentalismo da vanguarda em gêneros como a música concreta dos franceses Pierre Schaeffer e Pierre Henry em 1940-1950<sup>5</sup>, como no *dub* jamaicano de Lee Scratch Perry e King Tubby em 1960-1970 ou como no *hip-hop* de Grandmaster Flash e Afrika Bambaataa de 1980 (NAVAS, 2012), no cenário contemporâneo o sampleamento tornou-se um recurso frequente no mundo *pop*, graças principalmente as tecnologias digitais que facilitaram o armazenamento, criação e compartilhamento da música sampleada. Observa-se por exemplo, que dentre as cem faixas da *Hot 100* da Billboard em 2017<sup>6</sup>, pelo menos 36 contêm *samples*, segundo o site WhoSampled.

O site WhoSampled é a plataforma mais popular sobre a música sampleada. Fundado em 2008, no Reino Unido, por Nadav Poraz, tem como seu principal objetivo a criação do maior banco de dados sobre música sampleada da Internet. Os dados são criados colaborativamente entre os mais de 19 mil usuários, com um acervo de aproximadamente 520 mil canções catalogadas. Neste trabalho, chama-se aqueles interessados em desvendar os *samples* presentes em suas canções favoritas de *sample hunters* (caçadores de *samples*)<sup>7</sup>. Estes fãs vasculham em discos antigos e desconhecidos em busca do “DNA” dessas canções. Seus achados são posteriormente compartilhados e catalogados em plataformas *online*, ampliando o conhecimento geral dos membros desta subcultura.

Este artigo tem como objetivo realizar uma pesquisa exploratória para entender algumas das práticas da subcultura dos *sample hunters* no site WhoSampled. A pesquisa faz parte do andamento da dissertação do autor, uma netnografia sobre as práticas comunicacionais desta subcultura nas comunidades virtuais, realizada pelo programa de mestrado da FIC-UFG, na linha “Comunicação, Mídia e Cultura”. Segundo Kozinets (2014), a netnografia é:

---

<sup>5</sup> *A Brief History of The Studio as An Instrument: Part 1 – Early Reflections*. Ableton. 25 out. 2016. Disponível em: <<https://www.ableton.com/en/blog/studio-as-an-instrument-part-1/>>. Acesso em: 29 jun. 2018.

<sup>6</sup> *Year End Charts - The Hot 100*. 2017. Billboard. Disponível em: <<https://www.billboard.com/charts/year-end/2017/hot-100-songs>>. Acesso em: 29 jun. 2018.

<sup>7</sup> *Sample hunters* veio do termo *sample hunting* (o ato de desvendar as origens dos *samples*), utilizado na dissertação de mestrado “Significâncias da Música Sampleada” de Cássio de Borba Lucas (2017), que adotou esta expressão comum entre os fãs do grupo *The Avalanches* no Reddit, analisados em seu trabalho.

uma abordagem da pesquisa online de observação participante que segue um conjunto de procedimentos e protocolos distinto. A netnografia é apropriada para o estudo tanto de comunidades virtuais quanto de comunidades e culturas que manifestam interações sociais importantes virtualmente (KOZINETS, 2014, p. 72).

Entendeu-se como benéfico à pesquisa, analisar *a priori*, alguns dados públicos antes de participar no campo, a fim de moldar de maneira precisa as questões a serem perguntadas futuramente em entrevistas e os próximos passos da netnografia. Hine (2015) recomenda por exemplo, analisar dados públicos antes do envolvimento do pesquisador na comunidade online, defendendo que esta abordagem “pode permitir um foco em quais as formas comuns de expressão e estruturas de significados são encontradas dentro da população, permitindo uma sensibilidade ao que é incomum de ser desenvolvido” (HINE, 2015, p. 162, tradução nossa)<sup>8</sup>. Portanto, ao usar essa estratégia permite-se reconhecer melhor os padrões e o comportamento do grupo estudado, enriquecendo a construção das próximas etapas.

Levando isso em conta, como pesquisa exploratória analisa-se dados coletados de 100 perfis compartilhados, classificados entre os cem maiores colaboradores de todos os tempos (presentes na categoria *all time* da sessão *top contributors* do WhoSampled). O site possui um sistema de ranqueamento chamado de *cred*. O termo vem da palavra *credibility* (credibilidade) e representa a “habilidade de ganhar aceitação como membro de um grupo particular ou classe”<sup>9</sup>. A submissão de *samples* é o que mais resulta em *cred* ao usuário, entretanto outras atividades como a submissão de *covers* e *remixes*, moderar, analisar a submissões de outros membros e creditar produtores em uma canção também geram pontos.

Apesar de alguns usuários da lista optarem por não compartilhar muitas informações sobre si mesmos, vários expõem informações relevantes como gêneros favoritos, quando conheceram a plataforma, críticas ao site, o modo preferido de consumir, entre outras. Além do mais, mesmo os que não colocam muitas informações, é possível coletar dados como região, números de *samples* submetidos e total de *cred*. Segue abaixo a síntese desta pesquisa exploratória.

---

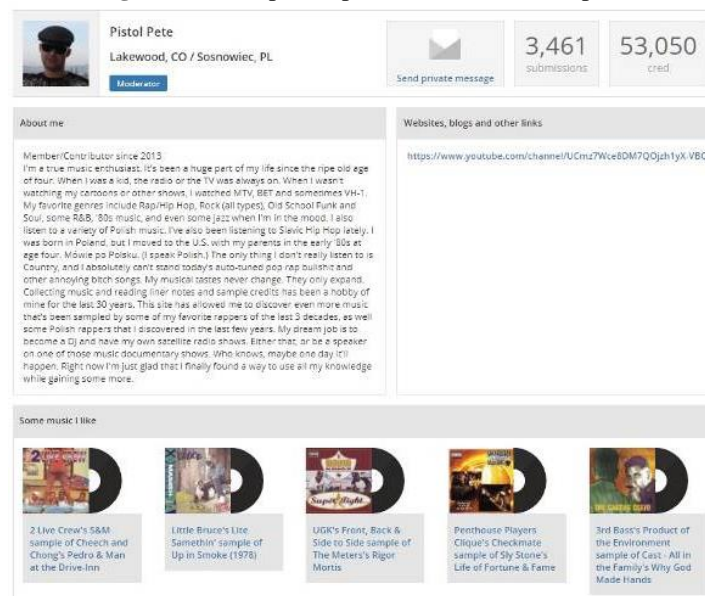
<sup>8</sup> No original: “An ethnographic treatment of found data can permit a focus on what common forms of expression and structures of meaning are found within a population, allowing a sensitivity to what is unusual to be built up”.

<sup>9</sup> No original: “the ability to gain acceptance as a member of a particular group or class”. Disponível em: <<https://www.merriam-webster.com/dictionary/cred>>. Último acesso em: 29 jun. 2018.

## 1. COLETA E ANÁLISE DOS DADOS

Os dados foram extraídos dos perfis dos cem maiores usuários de todos os tempos do site WhoSampled. Depois de cadastrado, o usuário pode personalizar seu perfil, adicionando seu nome de usuário, *avatar*, localização, links para redes sociais externas como SoundCloud, YouTube e o Facebook, além de um espaço para que este possa descrever sobre quem é, seus gostos e particularidades. Além dessas informações, o site coloca automaticamente o número de submissões e o número de *cred* de cada perfil. Abaixo segue um exemplo de perfil:

**Figura 1:** Exemplo de perfil no site WhoSampled.



The screenshot shows a user profile for 'Pistol Pete' on the website WhoSampled. The profile includes a profile picture, the name 'Pistol Pete', and the location 'Lakewood, CO / Sosnowiec, PL'. It also displays statistics: '3,461 submissions' and '53,050 cred'. There is a 'Send private message' button. The 'About me' section contains a detailed bio in English and Polish, mentioning the user's background and interests in music. The 'Websites, blogs and other links' section shows a YouTube channel link. The 'Some music I like' section features five album covers with their respective titles and sample information.

**Fonte:** whosampled.com, Acesso em: 23 fev. 2018.

Todos os dados foram arquivados e codificados através de *softwares* como Excel e Atlas.ti. Selecionou-se os usuários com maior número de *cred* da sessão “*all time*” (todos os tempos) ao invés da sessão dos maiores do mês porque busca-se compreender as práticas de usuários que provavelmente estão na página a mais tempo e com um número mais expressivo de submissões. Os dados foram coletados no dia 25 de junho de 2018.

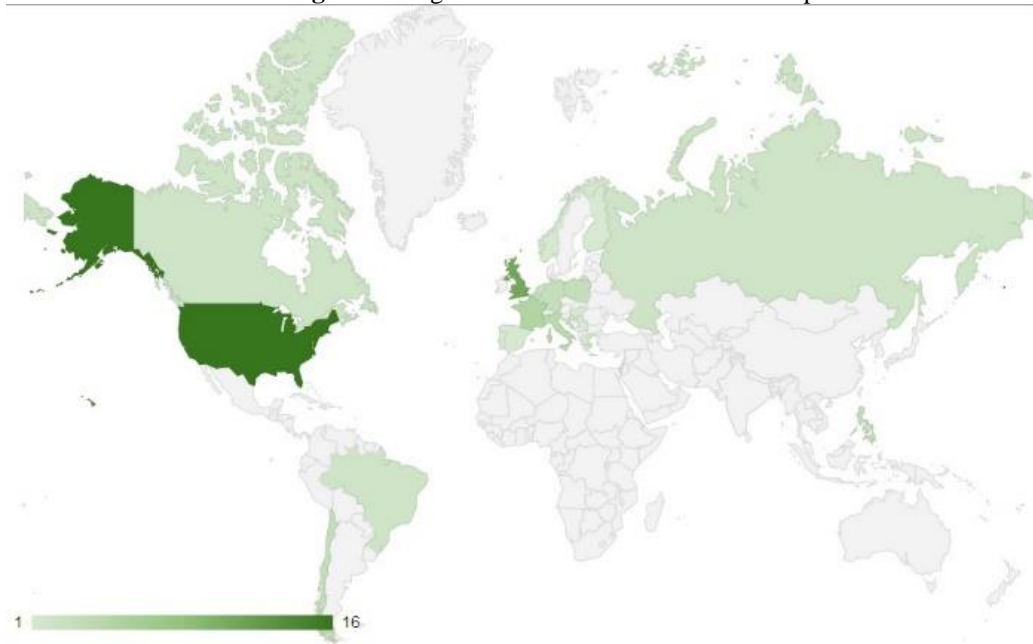
Dividiu-se a análise em três etapas. A primeira foi a coleta das três informações mais básicas: região, número de submissões e número de *cred*. A segunda etapa foi uma análise dos links das redes sociais compartilhadas na sessão “*websites, blogs and other links*” (websites, blogs e outros links) e o terceiro foi uma análise da descrição dos perfis

na sessão “*about me*” (sobre mim), analisados e codificados seguindo a metodologia utilizada em toda a pesquisa netnográfica, uma codificação analítica e uma interpretação hermenêutica dos dados (KOZINETZ, 2014).

### 1.1 Região, submissões e cred

A primeira etapa da coleta foi a região dos usuários da lista. Dos cem perfis, 70 optaram por preencher essa área, retirando os 23 que deixaram em branco e os 7 com nomes de lugares fictícios. Abaixo segue um gráfico da localização geográfica dos membros. Quanto mais escuro o tom de verde, mais membros existem naquele país.

**Figura 2:** Região dos Usuários do site WhoSampled.



**Fonte:** Do autor. Dados coletados em: <whosampled.com>. Acesso em: 25 jun. 2018.

Dos países citados, nota-se que os cinco com mais membros são os Estados Unidos (16), Reino Unido (11), França (5) e Itália (4). Em seguida os números começam a ficar emparelhados. Alemanha, Bélgica, Chile, Filipinas e Polônia ficaram com 3 membros cada, Brasil, Canadá, Croácia, Holanda e Rússia ficaram com 2, seguido de países com apenas um membro como Espanha, Finlândia, Grécia, Hungria, Israel, Noruega, Portugal, São Vicente e Granadinas e Sérvia. A Europa é, portanto, o continente com a maioria numérica, seguido da América e Ásia, sem membros da África e da Oceania na lista.

---

Através desses números compreende-se os *sample hunters* como uma subcultura no sentido mais moderno, ligado ao consumo midiático, a Internet e aos estudos de fã. Nessa perspectiva os *sample hunters* são uma espécie de *media fandom*<sup>10</sup>, uma subcultura “que cruza os limites tradicionais de geografia e faixa etária, e que é definida a partir de estilos particulares de consumo e modalidades de preferência cultural” (JENKINS, 2015, p. 22). Na era digital o conceito de subcultura não é mais atrelado a proximidade geográfica como era por exemplo em alguns estudos clássicos de Birmingham, defendendo ser possível criar um senso de pertencimento e de fortes relações sem a presença física, através somente da socialização baseada em interesses mútuos (THORNTON, 1997). Apesar dos números extraídos serem interessantes para entender a comunidade online como um espaço global, uma subcultura digital dispersa geograficamente, esses números não representam toda a comunidade, já que é apenas um recorte dos cem maiores colaboradores entre os mais de 19 mil.

Em seguida analisou-se os números de submissão e *cred*. Como submissão compreende-se assim como *samples*, os *covers* e *remixes*, enquanto que o segundo termo conta outras atividades além das submissões, previamente citadas. O usuário em primeiro lugar tem 50.151 submissões e 173.015 de *cred*, enquanto o último tem 351 e 7.824 respectivamente. A média de submissões do recorte é de 3.283 e o de *cred* é 27,217. Para atingir essa média por exemplo, um usuário que entrou no site em 2008 deveria submeter pelo menos 328 vezes a cada ano para alcançar tais médias.

Tais números são bastante expressivos, revelando traços do que Henry Jenkins (2009) chama de cultura participativa “em que fãs e outros consumidores são convidados a participar ativamente da criação e da circulação de novos conteúdos” (JENKINS, 2009, p. 378). A participação acontece principalmente através do *sample hunting* em que os membros compartilham um conhecimento vasto e bastante específico sobre a música sampleada, promovendo uma inteligência coletiva, que é “o vínculo entre diversas competências, ideias e conhecimentos, articulado na interação virtual entre indivíduos no ciberespaço” (MARTINO, 2015, p. 31) por meio do banco de dados do site WhoSampled.

## 1.2 Websites, blogs e outros links

---

<sup>10</sup> Significado de *fandom*: “*fandom*, do inglês ‘fan kingdom’, isto é, o conjunto de fãs de um determinado produto da mídia. A partir das mídias digitais e da internet, essas conexões se tornaram mais fáceis e numerosas, garantindo uma visibilidade crescente à cultura dos fãs” (MARTINO, 2015, p. 158).

Compreendendo a subcultura digital dos *sample hunters* como fenômeno que perpassa os limites do site WhoSampled, ambientando várias outras comunidades, redes sociais e fóruns na Internet, investigou-se também os links compartilhados na sessão “*websites, blogs and other links*”. Na etnografia virtual ou na netnografia, “embora seja claramente possível pegar um corte arbitrário e definir um campo cercado por um fórum online específico, ou um grupo particular de pessoas, tais escolhas extremamente restritas tendem a serem teoricamente limitantes” (HINE, 2015, p. 26, tradução nossa)<sup>11</sup>.

Desta maneira, nesta pesquisa exploratória, opta-se por fazer uma breve leitura desses outros campos, conectados através dos links publicados para melhorar as inferências e as etapas posteriores. Essa conexão entre as diversas plataformas online permitiu analisar quais as redes, além do WhoSampled, são as favoritas entre os *sample hunters*, e quais suas relações com a plataforma, baseada em suas principais características.

Com 18 menções, o YouTube foi o site mais mencionado na sessão “*websites, blogs and others links*”. A sua relação com a plataforma ocorre majoritariamente porque para submeter um *sample* descoberto, é necessário anexar um *link* da música de algum serviço de *streaming* como o YouTube, Spotify, SoundCloud, DailyMotion e Bandcamp. O que ocasionalmente ocorre é que muitas das músicas encontradas são de artistas obscuros, que não possuem seus acervos disponíveis nestes serviços. Para conseguirem submeterem os *samples*, os usuários acabam fazendo por conta própria o *upload* das músicas em suas contas pessoais do YouTube, após digitalizarem as canções encontradas nas mídias analógicas como discos de vinil e fitas cassete.

Na descrição feita por um dos usuários, explicita-se que a função de seu canal é apenas o compartilhamento de faixas que contêm *samples* ou de canções originais que foram sampleadas. A grande maioria das músicas compartilhadas, nos vários canais analisados, são de discos de gêneros que costumam ser bastante sampleados por artistas de *hip hop* como por exemplo, *funk*, *jazz* e *soul*. Portanto, há casos que os fãs além de submeterem as informações no banco de dados para a comunidade, também compartilham as músicas raras de serem encontradas.

---

<sup>11</sup> No original: “*Whilst it is clearly possible to take an arbitrary cut and define a field site encompassed by a particular online forum, or a particular group of people, such spatially constrained choices will often be theoretically limiting*”.

---

O SoundCloud ficou em segundo lugar com 16 menções. Neste caso o uso mais comum da rede é para compartilhar composições próprias, muita das vezes amadoras, de *beats*, *remixes*, *mixtapes*, dentre outros. Observa-se o lado criativo destes *sample hunters*, que além de consumirem música sampleada, produzem suas próprias versões.

O Facebook ficou em terceiro com 14 menções. Os links compartilhados desta rede são mais diversificados, contendo contas pessoais, páginas abertas sobre música sampleada e grupos fechados, também interessados em também desvelar os *samples* consumidos. Um exemplo de grupo citado foi o “*Sample Spotters*”, com quase oito mil membros em que membros discutem sobre novos lançamentos, buscam ajuda para descobrir *samples* difíceis, realizam competições de criação de *beats*, entre outras atividades. Além disso possuem uma conta conjunta no site WhoSampled com todos o *samples* descobertos colaborativamente no grupo.

O Twitter ficou em quarto com 8 menções. As contas possuíam similaridades as do Facebook. Algumas estavam inativas, entretanto, as que funcionavam regularmente era na grande maioria de DJs e produtores musicais divulgando seus trabalhos como no SoundCloud.

Em quinto ficou o Discogs com cinco menções. Considerado o maior banco de dados musical, a rede social permite que o usuário compartilhe seu acervo (principalmente de discos de vinil), discutir em fóruns especializados e comprar e vender discos entre os usuários. Um dos analisados por exemplo, compartilhou sua coleção de mais de 4 mil discos na rede social. Além dessas atividades, Discogs é uma excelente plataforma para procurar informações aprofundadas dos álbuns, compartilhadas pelos próprios usuários. Informações disponíveis como quem foi o produtor de tal disco, nomes dos membros da banda de apoio e pessoas creditas na composição de canções ajudam os *sample hunters* a localizarem mais facilmente a origem dos *samples*. Um exemplo comum é quando identificam nos créditos de uma música recente, artistas falecidos ou sem conexão aparente com o artista principal.

Também com o mesmo número de menções que Discogs, ficou a rede Mixcloud, bastante semelhante ao SoundCloud. Entretanto, enquanto o SoundCloud é mais voltado para a compartilhamento de faixas amadoras, batidas, álbuns e *mixtapes*, o Mixcloud volta-se mais para os *mixes*<sup>12</sup> produzidos principalmente por DJs.

---

<sup>12</sup> Entende-se *mix* como uma sequência elaborada por um DJ, com objetivo de criar um ritmo contínuo entre as músicas escolhidas e uma temática parecida entre elas.



---

Redes sociais como o YouTube, SoundCloud e MixCloud reforçam o lado participativo desta subcultura. Além de contribuírem para o banco de dados do site WhoSampled, são ainda mais ativos, digitalizando músicas encontradas em mídias analógicas e produzindo as suas próprias canções com o *samples* encontrados. Este último fenômeno pode ser compreendido como um reflexo da cultura do *remix*: “uma atividade global que consiste da troca de informação criativa e eficiente, possibilitado pelas tecnologias digitais. Remix é sustentado pela prática de cortar/copiar e colar” (NAVAS, 2012, p. 65, tradução nossa)<sup>13</sup>. Segundo Thiago Soares (2005), o termo *remix*:

Configura-se da união do verbo “to mix”, que no inglês, significa combinar partes que, a princípio, têm diferentes formas e tamanhos”, “estar na companhia de alguém” ou “referentes a ambos os sexos” com o prefixo “re”, que, também na língua original, dá ideia de repetição (SOARES, 2005, p. 3).

Com a popularização e o barateamento de tecnologias como o computador pessoal, *softwares* de edição de áudio e a Internet potencializou-se a apropriação do fã. Na cultura do *remix* a música não é vista como um produto finalizado, encerrado e intocável, toda música está sujeita a uma recombinação que poderá servir de matéria-prima para outro *remix* e assim infinitamente (NAVAS, 2012). Velhos artistas são sampleados pelo novos que também estão sujeitos a apropriação de seus fãs. A linha divisória entre os papéis de produtor e consumidor fica cada vez mais imperceptível (LESSIG, 2008).

Já o Discogs por outro lado, revela outra característica desta subcultura que é o resgate as formas do passado. Estes fãs valorizam discos antigos, desvalorizados e “esquecidos” pela grande mídia, ademais, os produtores, tanto amadores como profissionais, consideram o sampleamento de fragmentos raros como mais enriquecedores e interessantes que o uso de sons populares, facilmente reconhecíveis (SCHLOSS, 2014).

Chama-se de prática residual (WILLIAMS, 1977) a ressignificação de produtos culturais esquecidos pela cultura dominante, reciclados em um novo contexto. Tal prática foi potencializada no ciberespaço graças as suas possibilidades de armazenamento e distribuição como *softwares peer-to-peer* e *streaming*. O trabalho “arqueológico” dos

---

<sup>13</sup> No original: “A global activity consisting of the creative and efficient exchange of information made possible by digital technologies. Remix is supported by the practice of cut/copy and paste”.

*samples hunters* atrás de obras de difícil acesso é facilitado pela digitalização sonora. Os fãs se interessam “em textos de mídia do passado, vasculhados através do aterra da história, e identificam artefatos que ainda têm valor monetário e capacidade de estimular o desejo” (JENKINS; FORD; GREEN, 2014, p. 131).

### 1.3 About me (sobre mim)

As análises na sessão *about me* complementaram algumas das inferências obtidas nos outros dados coletados (citados anteriormente), além de revelar novos elementos sobre a comunidade online. A seguir apresenta-se a primeira etapa da análise, uma verificação no *software* Atlast.ti das palavras mais mencionadas<sup>14</sup>. Após essa etapa foram analisados todos os comentários individualmente através da codificação e interpretação hermenêutica da netnografia (KOZINETS, 2014).

**Figura 3:** Palavras com mais menções na sessão “*about me*”.

music samples sample  
whosampled all from like love dj have hop some  
submissions hip sampled was be submission this been but jazz  
other rock with has house out good site time also first into listen no funk  
lot more most or since tracks who always get hip-hop rap really sampling what  
work 2012 any back best big can dance do electronic every favorite genres  
moderator old years 1991 beat boys check don't especially fan know much not one put  
too types uk youtube 1987 2011 add art artists find groove kid let listening may now only  
over pop records reggae scene soul sound style underground up 1990 1993 2013 adding  
amon around avalanches blue blues cam community cover covers currently dream early  
facebook french funky genre got heart hi hot information james jerky joined knowledge last let's  
list made man many note prodigy profile r&b remixes rhythm school see shows song start still  
thing tobin try use video videos well when 10 100 14 1981 1989 1995 20 2014 29 90's 90's ac/dc  
again album albums appreciated audio bass beastie better bohannon boutique brothers brown can't  
changed classical course cydonia day demo dilla disco down drum era even ever feel few found free  
game glad great hardcore help his impeach jan join just koala life little looking mix mostly mr never  
new noise number orb own paul's people polish president producer production quite radio recently  
said sample-based say scratch shadow sing songs soundcloud spoken stuff submit submitted  
the-breaks things times top used vinyls west will word

**Fonte:** Do autor. Dados coletados em: <whosampled.com>. Acesso em: 25 jun. 2018.

Claramente ao observar a figura anterior, nota-se que música sampleada ocupa um lugar de destaque, com várias menções de termos como *samples*, *sample* e *sampled*

<sup>14</sup> Removeu-se no *software* Atlas.ti palavras como caracteres especiais, artigos e pronomes (ex: *the, him, they, you*) para uma visualização mais clara das palavras mais relevantes.

ocupando as primeiras posições. Os fãs revelaram-se bastante ecléticos com mais de 140 gêneros referidos, entretanto o *hip-hop* ocupa o primeiro lugar com grande vantagem (15 menções). O gênero é conhecido pelo uso de *samples* na composição dos *beats* (batidas), principalmente de gêneros como *jazz* (7), *funk* (9), *blues* (4) e *soul* (5), todos ocupando também posições de destaque. Além disso artistas clássicos da música sampleada, como Beastie Boys, DJ Shadow, J Dilla, Kanye West, Kid Koala, Amon Tobin, Afrika Bambaataa e The Avalanches foram citados como favoritos entre a comunidade.

**Figura 4:** Gêneros com mais menções na sessão “*about me*”.



**Fonte:** Do autor. Dados coletados em: <whosampled.com>. Acesso em: 25 jun. 2018.

Reforçou-se a visão dos *sample hunters* como fenômenos da cultura do *remix*. Termos como *dj* (19), *producer* (3), *beatmaker* (2), *mixing* (2) nos comentários revelavam que os fãs não só consumiam como produziam suas próprias músicas através de *softwares* de edição de áudios, seja como amador ou como profissional.

Além disso revelou-se a preferência dessa subcultura por consumir mídias analógicas e pela valorização dos produtos *underground*<sup>15</sup> em oposição ao *mainstream*<sup>16</sup>. Um dos usuários inclusive escreve em seu perfil “*I don’t listen to radio, I listen to music*” (Eu não escuto rádio, eu escuto música), mostrando certa aversão ao que toca nos outros meios de comunicação de massa. Termos como *underground* (5), *collector* (1), *vynils* (3), *dig* (1), *digger* (2), *digging* (2)<sup>17</sup> revelam essa valorização pelo obras do passado, o

<sup>15</sup> “Termo atribuído ao conjunto de cenas musicais menores, geralmente autônomas, independentes das grandes gravadoras e das leis do mercado fonográfico” (CONTER, 2016, p. 313).

<sup>16</sup> “O termo é empregado, muitas vezes, de forma pejorativa ao *status quo* gerado pela imposição dos valores da indústria fonográfica ao mercado. O *mainstream* promove, também, e principalmente, a repetição, institucionalização e sedimentação de imagens sonoras no núcleo do sistema da música pop” (CONTER, 2016, p. 312).

<sup>17</sup> Os termos *dig*, *digger* e *digging* referem-se a expressão *crate-digger* que são aqueles produtores que vasculham em lojas de sebo em busca de discos raros com potencial para serem sampleados em suas composições (SCHLOSS, 2014).

---

nostálgico, o *underground*, e o prazer por investigar os *samples* em discos antigos, complementando a presença de redes como Discogs nos perfis.

Há também nos perfis críticas a plataforma e considerações em relação as mudanças ao longo dos anos. Usuários acusam que após o site ter se popularizado, os desenvolvedores esqueceram dos interesses da comunidade que construiu o site, em prol apenas de interesses econômicos, focando em mudanças para aumentar o número de anúncios e monetização. Diminui, argumentam os usuários, a qualidade do site e o senso de comunidade entre os membros, enquanto aumentou a demora pelos aprovação das submissões dos usuários pelos moderadores. Em um dos perfis, o usuário diz:

Este site se transformou no YouTube. Usuários estão mais preocupados em discutir e insultar uns aos outros ao invés de construir uma comunidade de compartilhamento de informações. Moderadores estão mais preocupados em rejeitar as submissões do que respeitar a arte do *sampleamento* e da *interpolação*<sup>18</sup>.

Alguns usuários se sentem prejudicados por não serem reconhecidos pelos seus esforços e negados suas demandas, sentindo-se explorados. Interpretam que o site passa por uma transição de espaço orientado pela *gift economy* (economia de dádiva) para uma economia comercial (JENKINS, Henry; FORD, Sam; GREEN, Joshua, 2014). Participar de uma *gift economy* nas comunidades virtuais:

Significa oferecer e buscar informações a respeito de vários assuntos. O princípio é de distribuição desigual e coletiva de informações. Cada pessoa deve estar disposta a compartilhar com outras as informações que tem, esperando que quando precisar, igualmente deve encontrar indivíduos com as informações de que precisa (MARTINO, 2015, P. 47).

Os “presentes em particular, e a economia de compartilhamento em geral, são instrumentos que constroem conexões entre pessoas” (LESSIG, 2008, p. 148, tradução nossa)<sup>19</sup>. São tais presentes que mantêm a comunidade unida e participativa, em que os usuários sentem que estão construindo algo significativo e simbólico. Essa relação

---

O *crate-digger* seria o processo oposto do *sample hunting*. Enquanto o primeiro ato cria a partir dos fragmentos selecionados, o segundo desfragmenta a obra final atrás das origens destes *samples* (LUCAS, 2017),

<sup>18</sup> Comentário no perfil de um usuário do WhoSampled. No original: “*This site has turned into YouTube. Users more concerned about arguing and insulting each other rather than building a community of sharing information. Moderators more concerned about rejecting submissions than respecting the art of sampling and interpolations*”.

<sup>19</sup> No original: “*Gifts in particular and the sharing economy in general, are thus devices for building connections with people.*”

---

complexa entre os proprietários do site e seus usuários é prejudicada quando transformam os produtos criados gratuitamente e colaborativamente pelos usuários em um produto comercial, sem nenhum pagamento social em troca, fazendo com que os membros percam essa relação social, de troca e pertencimento do grupo (JENKINS, Henry; FORD, Sam; GREEN, Joshua, 2014).

A insatisfação também pode ser vista como uma aversão da subcultura a popularização da comunidade, interessada em permanecer como um fenômeno exclusivo de um nicho, entendendo seu crescimento como a perda da “autenticidade” e sentimento de pertencimento.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Como um primeiro contato ao campo, a análise dos dados públicos presentes nos perfis permitiu notar algumas das práticas mais comuns dessa subcultura, além de observar o que os membros entendem como relevante de compartilhar em seus perfis sobre eles mesmos e o que entendem como características identitárias pertinentes de serem expostas nesse espaço de socialização centrado na prática do *sample hunting*, criando o maior banco de dados sobre música sampleada da Internet.

O interesse por práticas residuais como consumo de discos de vinil, a ressignificação de obras do passado, a valorização do cenário *underground*, expressões próprias (ex: *crate digger*, *chopping*, *sample hunting*), o conhecimento vasto e especializado de seus membros, a preferência pelo *hip-hop* e o poder participativo desses fãs que produzem seus próprios *remixes*, *beats* e *mixes* foram algumas das características básicas observadas dessa subcultura digital, alcançadas através da coleta e análise dos dados presentes nos perfis no site WhoSampled.

A reciclagem de formas através das tecnologias digitais da cultura do *remix* permitiu novas produções culturais e novos gêneros musicais que englobam a o *sample - hip-hop*, *house*, *vaporwave*, *future funk*, *trap*, *techno*, *dub*, *jungle*, *trip-hop*, *drum and bass* entre outros - cada um à sua maneira. Também através dessas mesmas tecnologias, aqueles que consomem esses estilos de músicas podem se socializar em comunidades virtuais como o WhoSampled, plataformas online em que a socialização ocorre graças ao interesse mútuo pela música sampleada. Cada plataforma possibilita práticas culturais e

sociais distintas, além da sensação de pertencimento ao redor desse consumo midiático conciliatório.

A análise apenas dos dados públicos dos cem maiores colaboradores não permite compreender de maneira aprofundada essa subcultura nem a plataforma online WhoSampled da maneira que a netnografia completa propõe-se a compreender, através de uma observação participante, analisando tanto dados extraídos, dados arquivados e notas de campo do pesquisador (KOZINETS, 2014). Todavia, essa pesquisa exploratória atinge seu objetivo, como defende Hine (2015), de facilitar o encontro de tópicos e características relevantes de serem investigadas a fundo posteriormente, ajudando a moldar com mais segurança os passos do pesquisador e sua interferência no campo.

## REFERÊNCIAS

- CONTER, Marcelo B. **LO-FI: música pop em baixa definição**. 1 ed. Curitiba: Appris, 2016.
- HINE, Christine. **Ethnography for The Internet: Embedded, Embodied and Everyday**. Kindle. London: Bloomsbury, 2015.
- JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. Tradução Susana Alexandria. São Paulo: Aleph, 2009.
- \_\_\_\_\_; FORD, Sam; Green, Joshua. **Cultura da Conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável**. Tradução: Patrícia Arnaud. São Paulo: Aleph, 2014.
- \_\_\_\_\_. **Invasores do Texto: fãs e cultura participativa**. Tradução: Érico Assim. Nova Iguaçu. Marsupial Editora, 2015.
- KOZINETS, Robert V. **Netnografia: realizando pesquisa etnográfica online**. Tradução: Daniel Bueno. Porto Alegre: Penso, 2014
- KVIFTE, Tellef. **Digital Sampling and Analogue Aesthetics**. 2007. Disponível em: <[https://www.researchgate.net/publication/234037742\\_Digital\\_sampling\\_and\\_analogue\\_aesthetics](https://www.researchgate.net/publication/234037742_Digital_sampling_and_analogue_aesthetics)>. Acesso em 29 jun. 2018.
- LESSIG, Lawrence. **Remix: Making Art and Commerce Thrive in the Hybrid Economy**. London: Bloomsbury Publishing PLC, 2008.
- LUCAS, C. B. **Significâncias da música sampleada**. Dissertação de mestrado. PPGCOM-UFRGS. Porto Alegre, 2017. Disponível em: <<http://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/158176>>. Acesso em: 22 mar. 2018.
- MARTINO, Luís Mauro Sá. **Teoria das Mídias Digitais: linguagens, ambientes, redes**. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 2015.

---

NAVAS, Eduardo. **Remix Theory: The Aesthetics of Sampling**. New York: Springer Wien, 2012.

SCHLOSS, Joseph Glenn. **Making beats: the art of sample-based hip-hop**. Middletown: Wesleyan University Press, 2014.

SOARES, Thiago. O Videoclipe Remix. In: XXVIII CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO. Rio de Janeiro: Intercom, 2005. **Anais eletrônicos**. Disponível em <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2005/resumos/R0341-1.pdf>> Acesso em 25 jun. 2018.

THORNTON, Sarah. Introduction to part one. In: **The subcultures reader**. GELDER, Ken (ed.); THORNTON, Sarah (ed.). London: Routledge, 1997.