

## **Adentrando o *Gizzverse*: cultura participativa e construção de comunidades de fãs da banda de rock King Gizzard & the Lizard Wizard**

**Felipe Orfão Parlato<sup>1</sup>**

### **RESUMO**

A banda de rock australiana King Gizzard & the Lizard Wizard, formada em 2010, é um dos grupos mais prolíficos da atualidade. Com mais de quinze álbuns de estúdio lançados, a banda também promove diversas atividades com o intuito de fortalecer sua ponte com os fãs, que por sua vez, também atuam como produtores de conteúdo. Essa forma de cultura participativa, aliada a maneiras não convencionais de distribuição de discos dentro da indústria musical, contribui para o fortalecimento da relação artista-fã e para a consolidação da sua música como um fenômeno cultural.

### **PALAVRAS-CHAVE**

King Gizzard & the Lizard Wizard; cultura de fãs; cultura participativa; cibercultura; indústria da música

### **1. Introdução**

King Gizzard & the Lizard Wizard é uma banda de rock australiana formada em Melbourne, no ano de 2010. Famosos por seus shows energéticos e prolífica produção musical, a banda também cultiva uma ativa base de fãs nas redes sociais, que organiza vendas e trocas de discos, encontros em turnês, compartilha *fan arts* e discute teorias sobre um universo compartilhado, criado pela própria *fanbase*, denominado *Gizzverse*. Tomei contato com o trabalho do KGLW<sup>2</sup> em 2018, e de lá para cá, percebi a comunidade crescer e se diversificar à medida que se utilizava das produções da banda para a criação de conteúdos próprios que dialogavam entre si.

Dessa observação, surgiu a vontade de estudar essa construção textual coletiva sob a ótica dos conceitos de Cultura Participativa e Inteligência Coletiva, que ganharam destaque após o surgimento da era digital com os trabalhos de Jenkins (1992) e Lévy (1994). Tendo essas referências como principal norte, pretendo, a partir do caso da banda australiana, entender como a cultura participativa no digital influencia a visibilidade de artistas, especialmente no âmbito da música. A partir da análise de caso, busco observar se

---

<sup>1</sup> Graduando em Jornalismo pela Faculdade Cáspier Líbero. E-mail: [felipeorfaoparlato@gmail.com](mailto:felipeorfaoparlato@gmail.com)

<sup>2</sup> Para fins práticos irei me referir a banda King Gizzard & the Lizard Wizard pela abreviação “KGLW”.

as estratégias de comunicação e relacionamento no digital auxiliam na formação de comunidades, e por fim entender como tal contexto de geração de conteúdo de fãs impacta na distribuição e circulação de produtos musicais.

No artigo, pretendo traçar paralelos históricos entre práticas da fanbase do KGLW e de outras bandas, que serão distribuídos de acordo com tópicos específicos, passando por cultura de fãs e cultura dos bootlegs, cultura participativa, construção de texto coletiva e mudanças na indústria musical no decorrer da última década. Por fim, vou apresentar uma sondagem de opinião da comunidade, coletada nas plataformas Reddit e Facebook em setembro de 2022, e traçar conclusões a partir da base teórica apresentada.

## 2. Dos Deadheads aos Gizzheads: as fandoms no mundo da música

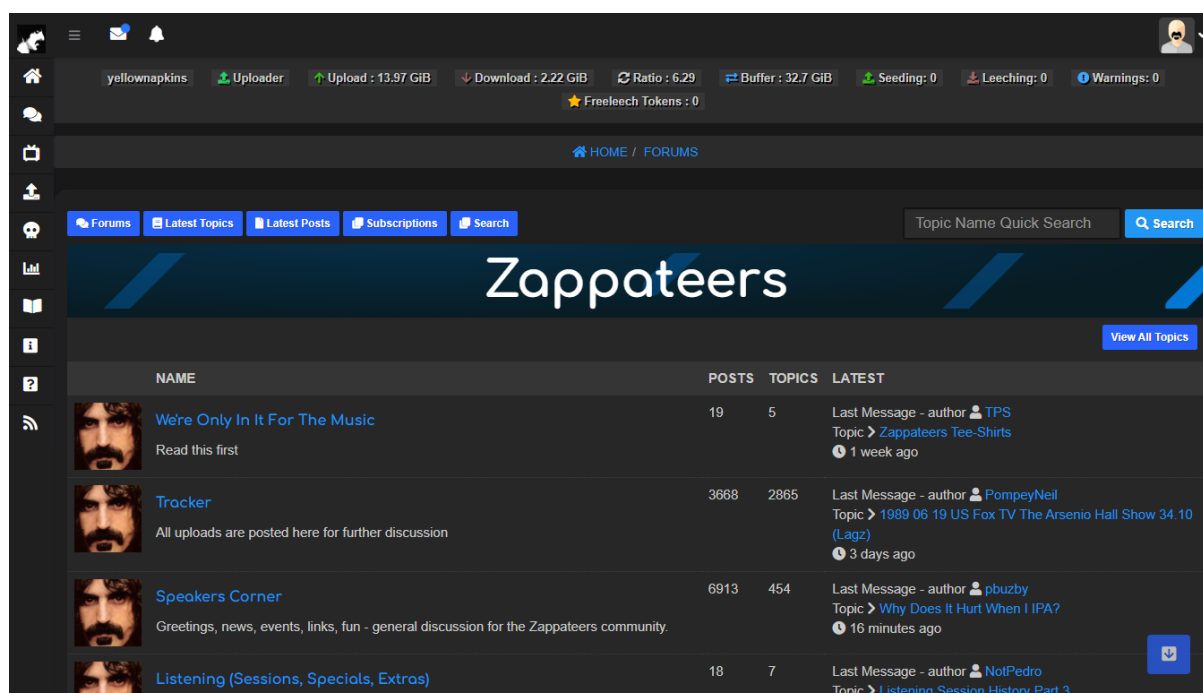
Surgido na língua inglesa, como uma forma coloquial da palavra *fanatics*, o termo “fã” nem sempre teve conotação positiva. Da sua derivação do latim, *fanaticus*, que designava qualquer devoto religioso, adquiriu o tom pejorativo de quem “adere cegamente a doutrina ou partido” (Mini Aurélio: o dicionário da Língua Portuguesa). Em sua forma abreviada, surgiu para designar torcedores esportivos, sobretudo de beisebol, se estendendo posteriormente a qualquer espécie de “devoto” a esportes ou entretenimento de forma geral.

No mundo da música, fãs de jazz e blues surgiram nas décadas de 1910 e 1920 como uma das primeiras manifestações de comunidades de “fanáticos”. Os gêneros, que antecederam o aparecimento das canções gravadas, já reuniam grupos fiéis em bares e clubes, que conheciam todas as principais composições, suas variações e principais intérpretes. Os chamados *rhythm clubs* recebiam um público que não estava interessado em simplesmente dançar, mas também interagir com os músicos e apreciar os aspectos únicos de cada performance.

Mais adiante, na década de 1950, com o surgimento do *rock ‘n’ roll* nos Estados Unidos, Elvis Presley reunia multidões obcecadas por tudo que envolvia sua figura – desde canções e performances até moda e vida pessoal. No Reino Unido, a cultura de fãs adquiria outro patamar após a imprensa cunhar o termo *Beatlemania* para designar aqueles obcecados pelos Beatles, que viriam também a conquistar o público americano em sua turnê de 1964. Nesse caso, no entanto, assim como em outros na época, o grande volume de público, o caráter recluso dos artistas e o distanciamento provocado pelo *business* tornava a relação artista-fã mais impessoal, em contrapartida a grupos menores que tinham a oportunidade de contar com shows mais intimistas e interativos.

A expansão da indústria ao longo das décadas seguintes, no entanto, tornou possível que alguns artistas obtivessem um controle maior sobre a produção e distribuição de seus trabalhos, estreitando o laço com os fãs. É o caso de Frank Zappa, que ao lado de seu grupo de apoio *The Mothers of Invention* produzia

gravações independentes de concertos, incentivando o público a fazer o mesmo. A prática era ainda estimulada pelo caráter único que Zappa buscava dar a cada apresentação, de maneira semelhante ao que ainda atrai fãs de jazz até os dias de hoje, e pelo fator interatividade anteriormente mencionado. Fóruns e repositórios como o zappateers.com mantém, atualmente, acervos onde a comunidade pode buscar e discutir gravações que datam desde a década de 1960<sup>3</sup>.



Homepage do site zappateers.com

Outro grupo a se destacar na produção de gravações não oficiais – os *bootlegs* – foi o The Grateful Dead. Ganharam o apelido de *Deadheads* os fãs os acompanhavam em diversas cidades e estados diferentes, durante toda a turnê, muitas vezes gravando os shows de forma amadora. Sites como archive.org possuem dezenas de gravações gratuitas de apresentações da banda no século passado, algumas das quais possuem também arte de capa originais. Em ambos os casos, assim como em muitos outros, além do formato digital, selos independentes lançam por todo o mundo tais gravações em formatos físicos, edições com alta demanda por colecionadores e que atingem valores na casa das centenas de dólares em sites de venda on-line e leilões.

Um fenômeno similar pode ser observado com a banda que é objeto de estudo desse artigo, King Gizzard & the Lizard Wizard (KGLW). Como foi observado na sondagem de opinião de fãs, que será detalhada adiante, aspectos como sonoridade e identidade visual trouxeram uma proximidade de perfil

<sup>3</sup> O site utiliza-se de compartilhamento via Torrent, e os diversos shows do catálogo estão organizados em uma linha do tempo. Disponível em < <https://www.zappateers.com> >.

daqueles que acompanham o KGLW e os fanáticos pelo Grateful Dead, o que levou a um usuário desconhecido do Reddit a cunhar o termo *Gizzheads*, em meados dos anos 2010, em alusão ao anteriormente mencionado *Deadheads*.

No YouTube, canais como Mystery Jack<sup>4</sup> dedicam-se a acompanhar o sexteto em shows, levando câmeras e microfones profissionais para registrar as apresentações. Em 2020 a banda lançou o programa “Bootlegger”<sup>5</sup>, no qual disponibiliza as próprias gravações dos shows para que fãs e gravadoras independentes lancem seus próprios materiais físicos e digitais e compilações. Diversos selos produzem novos discos, artes de capa, edições especiais, vídeos e outros conteúdos – é a cultura participativa.

### 3. Cultura Participativa

O conceito de cultura participativa é definido como “uma cultura com barreiras relativamente baixas para expressão artística e engajamento cívico, forte apoio criar e compartilhar criações e algum tipo de mentoria informal em que participantes experientes transmitem conhecimento aos novatos” (JENKINS; *et. al.*, 2009). Longe de ser algo recente, segundo Jenkins, formas de cultura participativa já podiam ser observadas desde *zines* amadoras da comunidade sci-fi na década de 1930 até na imprensa underground dos anos 1960.

A internet, contudo, surgiu de modo a proporcionar um espaço de apropriação criativa e produção “livre” mais amplo aos fãs, permitindo a interação e validação desses conteúdos para além das amarras da indústria. Segundo Lévy (2010), fãs antes dispersos pelo planeta, muitas vezes isolados ou ao menos sem contatos regulares entre si, dispõem de um lugar familiar de encontro e troca. Nesse aspecto, a cultura participativa relaciona-se com o conceito de inteligência coletiva, cunhado pelo teórico Pierre Bourdieu, uma vez que esses textos são criados e modificados a partir de uma inteligência compartilhada que surge de contribuições de diversos indivíduos ao redor do mundo.

Em uma banda cover virtual, por exemplo, pode-se produzir canções com uma variedade instrumental, uma vez que há uma facilidade muito maior de se encontrar instrumentistas dispostos a participar, de forma remota, dos quatro cantos do mundo. O grupo pode conter guitarristas dos EUA, uma baterista da Noruega e um flautista do Brasil. A arte de capa pode ser produzida por alguém da Espanha, e a distribuição pode ficar a encargo de um francês<sup>6</sup>.

---

<sup>4</sup> Disponível em < <https://www.youtube.com/@mysteryjackofficial>>.

<sup>5</sup> Disponível em: < <https://kinggizzardandthelizardwizard.com/bootlegger>>.

<sup>6</sup> É o caso da banda The Spiders, cover do KGLW formada na plataforma Discord e que possui um álbum completo lançado.

Jenkins (2009) estabelece uma distinção entre o que poder ser considerado participação, e o que é apenas interatividade; enquanto a interatividade é pautada pelas possibilidades colocadas à nossa disposição, de forma “planejada” pelos produtores de mídia, a participação é pautada por regras definidas por nós, consumidores, através de convívio social e criatividade. Segundo ele, “permitir aos consumidores interagir com as mídias sob circunstâncias controladas é uma coisa; permitir que participem na produção e distribuição de bens culturais – seguindo as próprias regras – é totalmente outra.” A prática, que no passado tinha a rejeição como norma por parte da indústria da música, hoje já é aceita em muitos casos como forma de benefício mútuo.

#### 4. Indústria da música

Até o início da década de 1980, o mercado fonográfico era concentrado em grandes gravadoras, que monopolizavam a forma como a música era produzida, distribuída, e muitas vezes composta. Gêneros e artistas de caráter comercial eram mais bem distribuídos e obtinham melhores acordos financeiros. Conforme tecnologias se popularizaram tornaram-se mais baratas, viu-se um crescimento de selos independentes e artistas que tiveram a oportunidade de encontrar nichos de público. No início dos anos 2000, sites de distribuição ilegal de música como o Napster proporcionaram exposição a uma variedade maior de música por parte da população, alterando a forma como o consumo era encarado, tanto pelos grandes selos quanto pelos próprios artistas.

Desde o início da década passada, diversas mudanças relacionadas a forma como a música é consumida têm afetado a indústria. O surgimento de plataformas de streaming<sup>7</sup>, como Spotify, Deezer e Apple Music alteraram irreversivelmente as relações e pontes entre artistas e fãs.

O caráter acessível dos serviços torna mais barata a produção e distribuição do conteúdo, uma vez que não se depende mais de um grande estúdio, cópias físicas e distribuição de discos para alcançar visibilidade. O fator instantâneo desse modelo também torna conveniente o lançamento de músicas de maneira individual, os chamados *singles*, o que permite aos artistas trabalhar a divulgação aos poucos e já ter perspectivas de público antes mesmo de investir em um álbum *long-play*.

Casos como o de Lil Nas X ilustram bem o fenômeno. Seu single “Old Town Road”, lançado de forma independente na plataforma Soundcloud em 2018, é um exemplo não só de como o digital é um ambiente propício para colaborações e convergência de habilidades, mas de como artistas podem adquirir relevância por meio da internet e projetar suas carreiras a nível internacional. A canção utilizou um beat do

---

<sup>7</sup> Streaming consiste no acesso de multimídia na internet por meio de transferência de dados. De forma gratuita ou por assinaturas, ouvintes podem descobrir conteúdos disponibilizados diretamente pelos artistas nas plataformas.

produtor YoungKio, feito a partir de uma música da banda Nine Inch Nails e que foi comprada no site Beatstars. No ano seguinte, após a popularidade, o single foi relançado pela gravadora Columbia Records, alcançando ainda mais visibilidade, e YoungKio atuou como um dos produtores da faixa.

O rapper destacou-se por utilizar-se das redes sociais como uma forma de promover e popularizar “Old Town Road”. A mais notória das estratégias se deu com a *trend* do TikTok em que os usuários produziam vídeos onde vestiam roupas comuns e, após o *beat* da canção, apareciam com roupas de cowboy ou cowgirl. Isso manteve a canção em evidência e serviu como uma forma de distribuição orgânica alcançada por poucos artistas ainda na época.

Paralelamente ao crescimento do streaming, outro fenômeno diametralmente oposto surgiu: o dos colecionadores de vinil e outras mídias físicas<sup>8</sup>. Opostos a dita “banalização” do consumo de música, fãs criam grupos compra, venda e troca de álbuns, e sites especializados em revenda e catálogo de itens, como o Discogs, possuem itens raros sendo revendidos por valores na casa dos três dígitos. Aproveitando a demanda, gravadoras têm se especializado na produção de edições especiais, vinis coloridos, faixas bônus, e outros fatores que agregam valor e tornam os itens colecionáveis.

A ideia de performance de gosto, proposta pelo teórico Antonie Hennion, afirma que a ideia de gosto é cada vez mais relacionada à presença de objetos físicos, vinculada à cultura material. Dessa forma, o gosto se afasta de seu caráter predominantemente simbólico para se vincular de forma afetiva à itens.

O próprio KGLW se aproveita desse mercado, tendo lançado edições especiais de designs variados tanto pela antiga gravadora Flightless Records, quanto, mais recentemente, pelo próprio selo. Como observado na pesquisa empírica, o fator coleção é algo que promove discussões na comunidade, mantendo a música e os produtos da banda sempre em evidência em grupos e fóruns.



Edição em português do álbum Butterfly 3000, que também teve versões traduzidas para outros 22 idiomas, além do original em inglês.

<sup>8</sup> De acordo com um levantamento da Technavio, empresa especializada em pesquisas de mercado, o mercado de discos de vinil continua em alta, e deve ter um crescimento anual de 8.41% até 2027.

Disponível em: < <https://www.technavio.com/report/vinyl-records-market-industry-analysis>>

## 5. Adentrando o Gizzverse: vídeos, bootlegs e a construção de texto coletiva

A principal característica da Cultura Participativa enquanto fenômenos junto a *fanbases* de artistas é que ela permite que as relações entre produtores – sendo esses os artistas – e consumidores – nós, o público, sejam alteradas de maneira a proporcionar novas expressões culturais e ressignificar as já existentes. Segundo Jenkins (2009), “Em vez de falar sobre produtores e consumidores de mídia como ocupantes de papéis separados, podemos agora considerá-los como participantes interagindo de acordo com um novo conjunto de regras, que nenhum de nós entende por completo.”

O fator comunidade cria um espaço de receptividade onde os indivíduos se sentem encorajados a compartilhar suas criações para apreciação do público na web, e uma vez que os conteúdos ganham popularidade, membros veteranos ficam encarregados de receber e orientar novatos em suas produções. No caso de produções ficcionais, muitas vezes é formado um “cânone”, que segundo o autor é aquilo que “a comunidade de fãs aceita como parte legítima da franquia de mídia, ‘amarrando’, assim, as especulações e elaborações dos fãs.”

Essas expressões podem vir na forma de artes, vídeos, canções e até mesmo universos ficcionais completos. Fãs de KGLW cunharam, em meados dos anos 2010, o termo “Gizzverse”, para se referir a um suposto universo compartilhado que abarcava as produções musicais e visuais da banda. O colaborador de longa data do grupo, Jason Galea, responsável pela maior parte de sua identidade visual, tem o hábito de inserir diversos elementos de discos em outros. Na imagem abaixo, podemos ver a montanha verde disposta na capa do disco *I’m In Your Mind Fuzz* aparecer ao fundo na ilustração de um dos discos subsequentes, *Nonagon Infinity*.



Nonagon Infinity (2016)



I'm in Your Mind Fuzz (2014)

A semelhança, aliada com o caráter narrativo de muitos discos da banda, foi um dos pontos de partida para que uma base de fãs começasse a discutir teorias variadas envolvendo o fato de que a iconografia e as

diversas personagens presentes no material se passariam no mesmo universo, cuja história estava sendo contada de forma fragmentada e não-cronológica. Fãs no Facebook, Discord e sobretudo na página dedicada à banda no Reddit contribuíam com suas ideias, palpites e considerações. Um cânone foi formado, sendo “oficializado” pela série de vídeos “The Gizzverse Explained”, produzida pelo canal do YouTube Motion In Art<sup>9</sup>, que tem como objetivo contar a narrativa álbum por álbum, e é utilizada como ponto de partida para diversos fãs novatos.

Esse não é o primeiro caso do fenômeno em franquias e produtos culturais, e exemplos notáveis podem ser encontrados tanto no cinema como na própria indústria da música. A Teoria Pixar (*Pixar Theory*), popularizada em 2013 por Jon Negroni<sup>10</sup>, funciona de maneira similar ao Gizzverse: *easter eggs* presentes nos filmes da companhia indicariam o fato de que todos os filmes se passam no mesmo universo, em espaços temporais distintos.

O já citado Frank Zappa por diversas vezes afirmou que as letras de suas músicas, entrevistas, filmes e produções em geral seguiam uma mesma unidade temático-narrativa, o que o músico chamava de “continuidade conceitual” (*conceptual continuity*). Ele declarou, em entrevista de 1988<sup>11</sup>:

“Continuidade conceitual é isso: tudo, até essa entrevista, tudo que faz parte do que eu faço para, digamos, meu trabalho de entretenimento. E há uma grande diferença entre sentar aqui e falar sobre esse tipo de coisa e escrever uma música como 'Titties and Beer'. Mas, no que me diz respeito, tudo faz parte da mesma continuidade. É tudo uma peça só.”

Nesse caso, cabe à base de fãs buscar organizar todo esse conteúdo, de maneira similar ao Gizzverse, que foi reconhecido pelo principal vocalista e líder da banda, Stu Mackenzie, em uma entrevista concedida em 2017<sup>12</sup>. A partir de então, o conceito foi adotado de vez, dando nome também às lojas on-line da banda nos EUA, Europa e Austrália.

Esse é apenas um caso em que o grupo australiano trabalhou em paralelo com as produções de fãs. Como já mencionado, na contramão de práticas tradicionais de recusa de produção de conteúdo de fandoms, o KGLW estimula que esses conteúdos sejam feitos, e trabalha junto de maneira que a prática beneficie ambas as partes. Alguns exemplos de práticas serão apresentados.

---

<sup>9</sup> Disponível em: < <https://www.youtube.com/@motioninart> >

<sup>10</sup> < <https://jonnegroni.com/2013/07/11/the-pixar-theory/> >

<sup>11</sup> < [https://wiki.killuglyradio.com/wiki/Interview\\_by\\_Bob\\_Marshall](https://wiki.killuglyradio.com/wiki/Interview_by_Bob_Marshall) >

<sup>12</sup> “King Gizzard Confirm The Existence Of A Parallel ‘Gizzverse’”. Disponível em: < <https://musicfeeds.com.au/news/king-gizzard-confirm-existence-parallel-gizzverse/> >



### **5.1 Polygondwanaland**

Polygondwanaland foi o décimo segundo álbum de estúdio da banda e o quarto dos cinco álbuns lançados no ano de 2017. Foi o precursor de projeto Bootlegger, por ter sido lançado de forma gratuita sob licença de código aberto. Os arquivos para gravações em vinil e CD foram disponibilizados em uma página na web, juntamente uma mensagem incentivava os fãs e gravadoras a usarem a criatividade na produção de cópias do álbum, livres para serem revendidas.

### **5.2 Bootlegger program**

O já citado Bootlegger program conta com gravações de shows oficiais realizadas pela equipe da banda, mas sem grandes tratamentos de áudio, além de demos e faixas descartadas. O site conta com 17 lançamentos até dezembro de 2022. Com seu funcionamento de maneira semelhante ao Polygondwanaland, a principal diferença é que a banda pede o envio de algumas cópias para serem vendidas no gizzverse.com.

### **5.3 Gizzfest e Timeland festival**

Dois festivais promovidos pela banda, reuniram em suas edições artistas das cenas de garage rock e psicodelia da Austrália, Europa e EUA. Oportunidade de promover lançamentos e encontros, os festivais foram citados por muitos fãs como parte importante do relacionamento com a banda e a comunidade.

### **5.4 Automation<sup>13</sup>**

Single lançado em 2020 juntamente com uma página na web contendo arquivos de áudio e gravações em vídeo, para que fãs fizessem seus próprios vídeos e mixagens da faixa. Conteúdos foram postados no YouTube, Facebook e Reddit, produções selecionadas foram compartilhadas pela banda nas redes sociais.

## **6. O que faz de um Gizzhead um Gizzhead**

Colocadas as maneiras com as quais o KGLW promove interações com a *fanbase*, fica a questão: essas ações realmente funcionam para fortalecer o relacionamento produtor-consumidor (banda-fã)? Para compreender melhor a questão, realizei uma pesquisa de sondagem de opinião on-line, utilizando um formulário, que foi postado no grupo do Facebook “King Gizzard & The Lizard Wizard Fan Page” e no subreddit “r/KGATLW”, no dia 13 de setembro de 2022, tendo permanecido aberto para respostas por duas

---

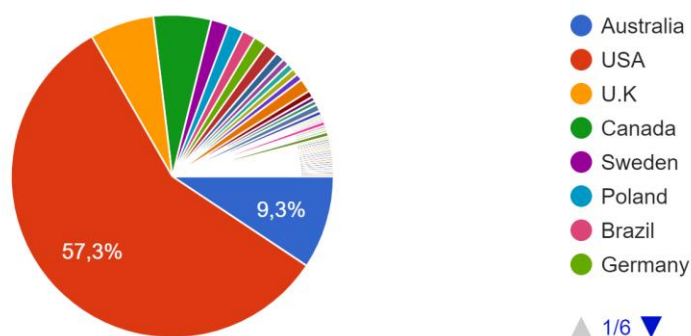
<sup>13</sup> < <https://kinggizzardandthelizardwizard.com/automation> >

semanas, até o dia 27 de setembro. O grupo do Facebook contava com 31 mil membros, enquanto o subreddit possuía 88 mil inscritos. O formulário obteve 450 respostas, sendo que cerca de 400 foram via Reddit.

Vale ressaltar que em ambos os espaços predomina a interação na língua inglesa, o que acaba sendo uma barreira para muitos. Ainda assim, houve respostas de todas as partes do mundo, com predominância dos Estados Unidos, Reino Unido e Austrália.

## De qual país você é?

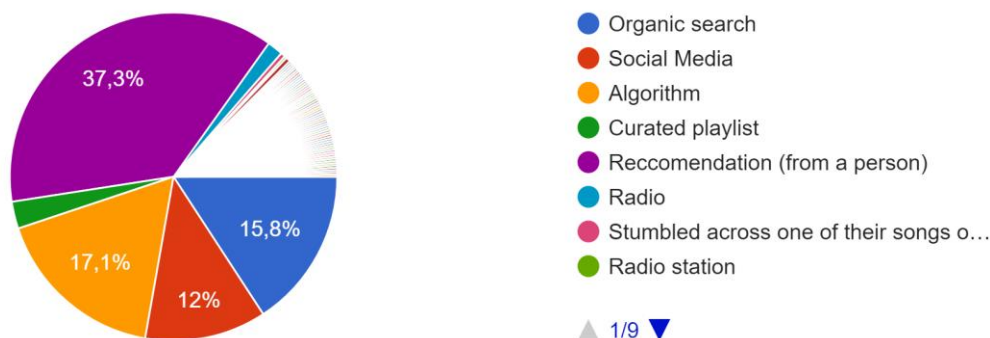
450 respostas



Em termos de contato com a banda, recomendações de amigos e conhecidos ainda predominaram, seguidas de algoritmo, pesquisa orgânica e redes sociais. Quase 80% dos fãs tomaram contato de 2016 para cá, o que indicaria influência das práticas de interação. Também chama a atenção a porcentagem proporcionalmente alta de indivíduos que conheceram o grupo em 2022 – 8,9% - o que poderia mostrar que fãs recém chegados tem forte presença nos espaços on-line, numa busca por dicas e recomendações.

## Como você conheceu a banda?

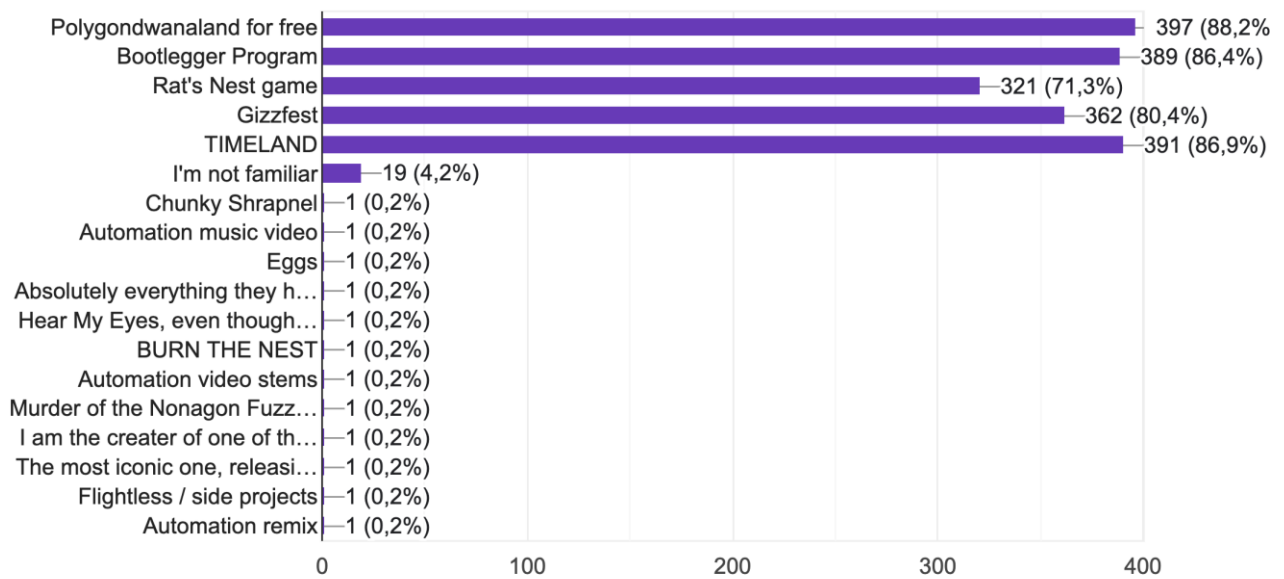
450 respostas



Grande parte dos fãs afirmou ter produtos oficiais da banda, enquanto 75,2% afirmaram ter participado de alguma maneira das atividades descritas no tópico anterior. Sobre se essas atividades fortaleceram as relações deles com a banda, as respostas variam, mas tendem a se mostrar positivas.

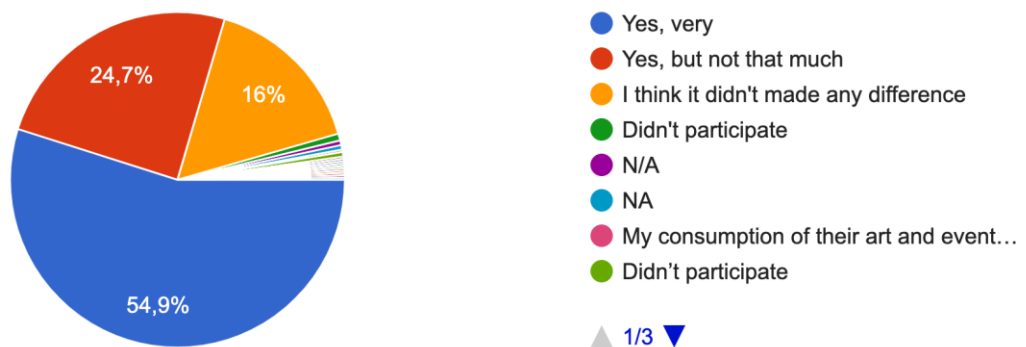
## Você conhece os eventos que a banda promoveu no passado e/ou ainda estão disponíveis?

450 respostas



## Você acha que esses eventos melhoraram seu relacionamento com a banda, a música ou a comunidade?

450 respostas



Fornei a opção àqueles que responderam o questionário de prestar depoimentos de forma anônima sobre como as interações com a comunidade e participações nas atividades citadas contribuíram para fortalecer laços entre fãs e banda. Um(a) fã comentou:

“O Polygondwanaland e o jogo Rats’ Nest em particular me fizeram sentir como se essa banda fosse ‘especial’. Senti que eles se preocupam com seu relacionamento com seus ouvintes o suficiente para fazer coisas muito legais para nós, de graça não apenas como forma de promover o resto do seu material, mas genuinamente pelo amor à música.”

Sobre o *Bootlegger program*, um(a) fã relata ter criado um selo próprio para lançar fitas cassete a partir do programa. Outro(a) traçou um paralelo entre o projeto e a já mencionada prática de fãs de Grateful Dead:

“O programa *Bootlegger* é ótimo e único para atrair fãs. É como se eles levassem o que o Grateful Dead criou com gravações de shows para um próximo nível e o tornassem mais oficial. Os shows e álbuns que eles lançaram através do programa possuem algumas das minhas músicas favoritas que eles lançaram.”

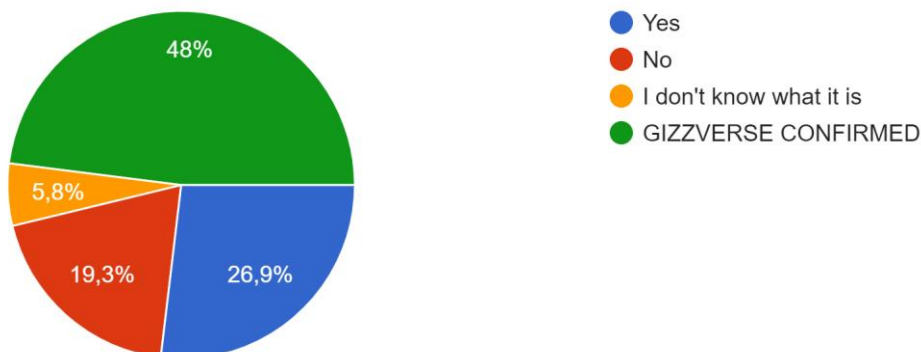
Outro(a) fã destaca o caráter único dos projetos, e o significado que eles trazem para sua vida pessoal:

“A dedicação da banda em envolver os fãs de diferentes maneiras tem sido muito importante para o meu interesse pessoal por eles. Adoro ver gravadoras menores distribuírem suas coisas dessa maneira. Cria mais exposição. Mais maneiras para os fãs se divertirem também. Tudo isso acrescenta uma nova dimensão à forma como posso interagir como fã - não são mais apenas fãs ouvindo música. São fãs encontrando outros fãs, criando arte, compartilhando entre nós e com a banda. Parece que as pessoas podem ser criativas com King Gizzard de maneira diferente de qualquer outra banda contemporânea que eu acompanhei de perto antes.”

Fãs também comentaram seus níveis de engajamento com a teoria do Gizzverse – e como isso complementa a experiência de ouvir os discos. Quase três quartos dos fãs – 74,9% - afirmam ter engajado com a teoria.

Você se envolve com a teoria Gizzverse?

450 respostas



Um(a) dos(as) fãs relata ter sido a teoria que fez com que se tornasse fã:

“Foi isso que me levou para a banda. Eu gostava da banda apenas por ouvir as músicas, mas por conta do Gizzverse fiquei obcecado pela banda como estou agora. O mergulho profundo em todas as letras de cada música me fez sentir como se tivesse me tornado amigo dos membros da banda; até comecei a ter sonhos com eles com uma frequência decente por um tempo. Desde então, conheço a música tão bem que me sinto como um velho amigo.”

Outro(a) afirma perceber um espírito de união gerado pelas trocas:

“Piadas à parte, acho que o Gizzverse foi criado apenas por fãs para os fãs terem uma comunidade mais unida. Também alimenta toda a nossa louca obsessão pela banda.”

Perguntados sobre se são ativos em outras comunidades de bandas, nomes que frequentemente surgem são Tool<sup>14</sup>, Kikagaku Moyo<sup>15</sup> e, mas uma vez, Grateful Dead:

“Sim, subreddit do Grateful Dead. Gosto de ouvir falar de pessoas que gostam da música e dos shows, como eu. Eu gosto de outras bandas, mas não estou em suas

<sup>14</sup> Banda de metal progressivo norte-americana formada em 1990 em Los Angeles, Califórnia. Possuem cinco álbuns de estúdio.

<sup>15</sup> Banda de rock psicodélico formada em 2012 em Tóquio, Japão. Possuem cinco álbuns de estúdio.

comunidades online, fora sites e vídeos no YouTube. A melhor coisa é ir a um show ao vivo!”

Alguns fãs ainda destacaram que não se sentem acolhidos da mesma maneira em outras comunidades uma vez que já conheceram o KGLW:

“Não sou ativo nas comunidades de outras bandas. Desde que descobri o KGLW, fiquei, de certa forma, obcecado pela música deles. Eles são músicos tão talentosos e é divertido mergulhar na toca do coelho e descobrir quais são suas opiniões e ideias sobre música. Eles vão mais longe do que outras bandas, é isso que torna divertido discutir com outros fãs.”

## 7. Conclusões

Como foi possível observar, o KGLW reúne diversas características distintas que fogem da norma da indústria musical. O estímulo a gravações de shows, prática que remonta às décadas de 1960 e 1970, é uma das formas de manter os fãs engajados com a música. O uso das redes sociais como plataforma de interação e exposição de conteúdos originais também serve como estímulo a esse propósito.

O *Gizzverse*, criado e difundido como parte de uma manifestação da cultura participativa nos meios digitais, funciona como força-motriz para discussões dentro da comunidade e tornar os fãs atentos a cada novo lançamento. Surgido como uma brincadeira e posteriormente oficializado, é um exemplo de como artistas menores podem ir na contramão da prática ainda comum na indústria de massa de recusar produções de fãs.

Por fim, espaços de discussão on-line criam um senso de comunidade que potencializa a experiência de consumir conteúdo da banda, torna mais rica a experiência de ir a shows e cria um sentido de união dificilmente encontrado em bases menos engajadas.

## Referências bibliográficas

AMARAL, Adriana; MONTEIRO, Camila. Esses roquero não curte: performance de gosto e fãs de música no Unidos Contra o Rock do Facebook. **Revista Famecos**, v. 20, n. 2, p. 446-471, 2013.

ESPINDOLA, Polianne Meire. Cultura de fãs e redes sociais: como a Cultura Participativa e o Capital Social atinge as organizações. **Intercom**, 2015.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 2010.

MCGUIRE, Anthony. Old Town Road: The Best Entertainment Case Study of 2019. Disponível em: <<https://anthonymcguire.medium.com/old-town-road-the-best-entertainment-case-study-of-2019-391e6e59f064>> Acesso 5 de dezembro de 2022.

JENKINS, Henry. **Confronting the challenges of participatory culture: Media education for the 21st century**. The MIT Press, 2009.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

JENKINS, Henry. **Invasores do texto: fãs e cultura participativa**. Nova Iguaçu: Marsupial, 2015.

JENKINS, Henry. Fandom, negotiation, and participatory culture. **A companion to media fandom and fan studies**, p. 13-26, 2018.

RECUERO, Raquel. **A conversação em rede**. Porto Alegre: Sulina, 2012.

Como o streaming revolucionou a música.

Disponível em: <<https://www.meioemensagem.com.br/marketing/como-o-streaming-revolucionou-a-musica>> Acesso 5 de dezembro de 2022.

Fans - The 1930s: the early swing era. Disponível em: <<https://www.audioculture.co.nz/articles/fans-the-1930s-the-early-swing-era>> Acesso 5 de dezembro de 2022.

Os impactos do streaming na indústria musical. Disponível em: <<https://immub.org/noticias/os-impactos-do-streaming-na-industria-musical>>. Acesso 5 de dezembro de 2022.