

A RELAÇÃO ARTISTA-PÚBLICO INTERMEDIADA PELA COMUNIDADE VIRTUAL WWW.SAMBA-CHORO.COM.BR

INSTITUTO DE ARTES – UNICAMP 2011

Pesquisador: Pedro de Oliveira Rodriguez Rosa 083988 pedro_deoliveira@hotmail.com
Orientador: José Eduardo Ribeiro de Paiva paiva@unicamp.br
Agência Financiadora: PIBIC

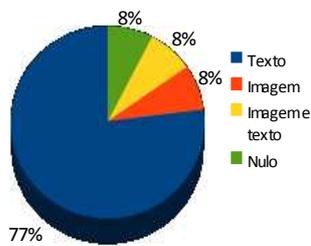
Palavras-chave: Difusão musical – Web – Comunidade virtual

Introdução:

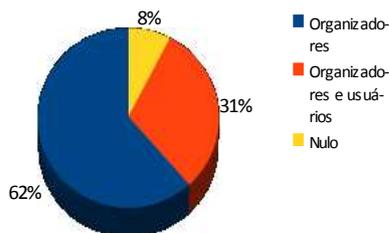
O presente estudo visa a compreender como ocorre a intermediação artista-público realizada pela comunidade virtual www.samba-choro.com.br, no contexto de profunda transformação do cenário de difusão e consumo de música, desencadeada pelas novas tecnologias de comunicação, em especial a Web. Tal fenômeno indica uma mudança da cultura de massa característica do século XX, no sentido do fortalecimento e da definição de diversas culturas de nicho, antes desfavorecidas pelo sistema da indústria cultural. O trabalho tem por objetivo compreender de que forma as comunidades virtuais de gosto interferem na reconfiguração do cenário musical, buscando desvendar como a comunidade supra citada interfere, ou não, no sentido de colaborar para o fortalecimento e definição do nicho do Samba e Choro. Como a difusão musical realizada através da comunicação por computadores indica atualmente maior participação do público e do artista, tais atores sociais também estarão presentes no estudo.

Resultados:

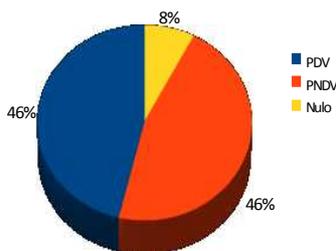
Tipo de conteúdo transmitido



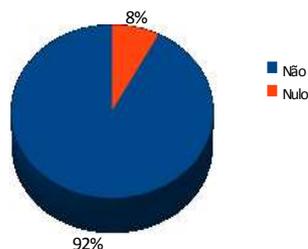
Sujeito que adiciona conteúdo



Visibilidade dos participantes contribuintes de conteúdo



Caráter temporal da comunicação estabelecida (sincrônica ou não)



Legenda:
PDV: Participantes dispõem de visibilidade
PNDV: Participantes não dispõem de visibilidade

Metodologia:

O uso paralelo de diferentes métodos de pesquisa foi fundamental para que o estudo não se restringisse unicamente ao site pesquisado, mas abrange-se o intermédio realizado na relação artista-público, que extrapola o ambiente cibernético. Assim sendo, houveram três unidades de análise: o site em si, os músicos e o público.

Foram então realizados quatro estudos distintos, porém, conexos:

- 1 - Análise do site www.samba-choro.com.br.
- 2 - Entrevista com os desenvolvedores do site (via e-mail).
- 3 - Enquete com artistas de shows indicados no site (presencial).
- 4 - Enquete com público de shows indicados no site (presencial).

O uso paralelo de diferentes métodos de pesquisa foi fundamental para que o estudo não se restringisse unicamente ao site pesquisado, mas abrange-se o intermédio realizado na relação artista-público, que extrapola o ambiente cibernético. Assim sendo, houveram três unidades de análise: o site em si, os músicos e o público.

A análise do site foi realizada de duas formas. A primeira é uma análise descritiva a partir de metodologia proposta por Laura Garton, Caroline Haythornthwaite e Barry Wellman, cujo objetivo é ressaltar como os atributos técnicos de CMC (comunicação mediada por computador) devem afetar o que pode ser transmitido através de cada meio. Para tanto, foi em analisada em cada seção do site os seguintes aspectos:

1. Se o conteúdo transmitido é texto, áudio e/ou imagem.
2. Se os participantes dispõem de visibilidade ou são anônimos.
3. Se o conteúdo transmitido é proporcionado pelos usuários ou pelos organizadores.
4. Se a comunicação estabelecida na seção é sincrônica ou não.

A segunda parte da análise foi a criação de um mapa conceitual que ilustrasse a estrutura organizacional do site, realizado a partir das conexões entre as páginas, ou seja, os links. As entrevistas ocorreram por e-mail em duas seções com cada um dos dois principais desenvolvedores: Paulo Eduardo das Neves e Eugênia Rodrigues.

As enquetes com o público de shows tiveram a seguinte amostra: a partir de 10 shows indicados pelo site www.samba-choro.com.br, foram submetidas ao questionário, com presença do pesquisador, 12 pessoas, sem discriminação de gênero, totalizando 120 entrevistados. Foram classificados em três faixas etárias: até 25 anos, de 25 a 45 anos, acima de 45 anos. Em cada show obteve-se uma amostra com quatro entrevistados de cada faixa etária. Dos shows, quatro foram na cidade de Campinas e seis em São Paulo. As enquetes com os músicos foram realizadas nos mesmos shows em que os públicos foram entrevistados, totalizando 64 músicos.

Conclusão:

O resultado das enquetes nos permitem concluir que as notícias exercem influência positiva na divulgação da produção de músicos e sua obras. Também se pode concluir que a comunidade virtual www.samba-choro.com.br colabora para o fortalecimento e a definição de nicho do samba e choro.

O presente estudo, pelo que foi levantado, parece colaborar para o conhecimento da intermediação artista-público realizada por uma comunidade virtual. Não há dúvidas de que a comunidade www.samba-choro.com.br é fundamental para o desenvolvimento e a resistência desses gêneros tipicamente brasileiros, que foram durante muito tempo desprezados pela grande mídia e voltam atualmente a ter um pouco mais de atenção. O site propicia o fortalecimento desse nicho, dependendo apenas da livre iniciativa de quem se interessa em participar, seja ouvindo, tocando ou apenas navegando.

Bibliografia:

- ANDERSON, Chris. . *A cauda longa: Do mercado de massa para o mercado de nicho*. São Paulo: Ed. Campus, 2006.
- GARTON, Laura; HAYTHORNTHWAITE, Caroline; WELLMAN, Barry. Capítulo 4. "Studying online social networks". In: JONES, Steve, editor. *Doing Internet research : critical issues and methods for examining the Net*. Thousand Oaks : Sage, c1999, p. 75- 105.
- LEVY, P. *Cibercultura*. Rio de Janeiro: Editora 34, 1999.
- SÁ, Simone Pereira de. *O Samba em Rede: comunidades virtuais, dinâmicas identitárias e carnaval carioca*. Rio de Janeiro: E-papers, 2005.
- SANTINI, Rose Marie. *Admirável Chip novo: a música na era da Internet*. Rio de Janeiro: E-papers, 2006.