

Netnografando o “samba de raiz”¹
O que dizem *podcasters* que pretendem divulgar
este gênero musical mundo afora?

Lena BENZECRY²
Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, RJ

RESUMO

O artigo é um recorte da pesquisa de doutorado em andamento no PPGCOM da ECO/UFRJ e dá continuidade ao trabalho apresentado no Intercom 2011, acerca da relação entre o samba e o rádio no contexto da “Radiomorfose” (PRATA, 2009). Aqui, compreende-se o rádio como uma mídia que possui “*linguagem comunicacional específica, que usa a voz, a música, os efeitos sonoros e o silêncio, independentemente do suporte tecnológico ao qual está vinculada*” (FERRARETTO e KISCHINHEVSKY, 2010b.). Nesse cenário, explora-se como objeto de estudo dois *podcasts dedicados a esse gênero musical*, realizando, assim, uma primeira incursão à metodologia classificada como “netnografia” (FRAGOSO, RECUERO e AMARAL, 2011), buscando-se estabelecer a conduta investigativa que guiará a tese. Paralelamente, colabora-se com estudos que investigam como as novas tecnologias de informação e comunicação vêm contribuindo para o aparecimento de radialistas, que estão à margem do sistema comercial, promovendo uma alternativa mais “livre” ao modo regulado de se fazer rádio.

PALAVRAS-CHAVE: radiomorfose; rádio expandido; *podcast*; samba; netnografia.

1. Na consolidação e na reinvenção do rádio, o samba tem seu lugar

No último quinquênio, os estudos sobre o rádio vêm abordando os possíveis rumos para o veículo, a partir da sua adaptação às novas tecnologias de comunicação e informação (NTICs) e às novas mídias. Fala-se em “Cultura da Portabilidade”, “do Compartilhamento”, “da Convergência”: indicadores de um novo cenário para a comunicação, no qual o rádio ganha novo fôlego, novo significado e uso ainda mais plural e multifacetado (KISCHINHEVSKY, 2009; FERRARETTO e KISCHINHEVSKY, 2010b).

¹ Trabalho apresentado no GP Teorias do Rádio e Mídia Sonora do XII Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura da ECO-UFRJ, email: lena.benzecry@gmail.com

Nos termos de Prata (2009) este momento de reinvenção do rádio é batizado de “radiomorfose”, num paralelo ao vocábulo “mediamorfose”, cunhado pelo jornalista Roger Fidler (1997) para definir a capacidade de adequação dos meios comunicacionais diante das tecnologias em permanente evolução, que acabam por gerar rupturas e continuidades nas formas de comunicação e mediação das sociedades.

A despeito da nomenclatura adequada, o fato é que a noção do que é rádio hoje está em expansão. Controvérsias entre os estudiosos da área colocam, de um lado, autores que resistem à ideia de que certos formatos de programas sonoros, surgidos no novo contexto, como o *podcast*³, sejam efetivamente rádio. E alegam que os podcasts, além de não serem transmitidos ao vivo, e sim sob demanda, ainda são baseados no modelo comunicacional da radiodifusão massiva, no qual o padrão “um-todos” prevalece em relação ao “um-um” ou “muitos-muitos”⁴. De outro lado, há uma vertente que se baseia no argumento de que o alargamento do conceito “rádio” está diretamente associado ao seu formato narrativo e de montagem, onde há prevalência de “*uma linguagem comunicacional específica, que usa a voz (em especial na forma da fala), a música, os efeitos sonoros e o silêncio, independentemente do suporte tecnológico ao qual está vinculada*” (KISCHINHEVSKY, 2011a, p.8.).

Este artigo apoia-se na segunda vertente para dar continuidade ao pensamento que vem sendo construído acerca da relação do rádio como o samba em trabalhos anteriores (BENZECRY 2011 e 2012). Ao mesmo tempo, dá o primeiro passo no caminho metodológico que visa a investigar como o samba está presente nesse rádio expandido, que abarca desde o modelo hertziano até as novas possibilidades de entendimento do que é rádio hoje. Enfatiza-se, por hora, o âmbito dos *podcasts* que ultrapassam o formato de *playlist* para conjugar elementos usualmente presentes num programa de rádio tradicional.

1.1 Geração Podcasting

Conforme exposto em trabalhos anteriores, o advento do mp3 e a facilitação das técnicas de gravação promoveram a disseminação dos arquivos de áudio pela internet, ampliando, exponencialmente, os tipos de música e a gama de artistas aos quais podemos ter acesso. Ao mesmo tempo, vem propiciando condições para a consolidação de uma

³ Podcasts são programas de rádio produzidos, normalmente, de maneira doméstica, que podem ser baixados a partir de um programa de gerenciamento de áudio para computadores e aplicativos móveis ou ouvidos on line. Para saber mais sobre a sua definição e a tecnologia necessária, ver: GALEGO (2010).

⁴ Para mais detalhes ver: PRATA (2009); MEDITSCH (1999 e 2005).

cultura de criação de web rádios e *podcasts*. De uma forma geral, esses novos produtos midiáticos expõem o gosto musical e a opinião de seus produtores, além de possuírem conteúdos tão específicos que acabam se tornando produtos “de nicho”, bem específicos.

Por intermédio dessa nova forma de se fazer rádio, torna-se possível programar o repertório de sua preferência e formar um público ouvinte, sem ter que sujeitar-se às normas e regulações de uma rádio hertziana⁵, tampouco às forças de patrocinadores e *majors* da indústria fonográfica. Mesmo que se tratando de um rádio, muitas vezes voltado para um público super específico e sem apoio comercial, exerce-se o direito por um “rádio livre”, ou melhor: “mais livre”.

Em estudo que aborda a tecnologia do *podcasting* e os novos usos do rádio na sociedade midiaticizada em que vivemos, Herschmann e Kischinhevsky (2008) alegam que a possibilidade de se fazer rádio sob demanda pode contribuir para o estabelecimento de “linhas de fuga” ao fenômeno de espetacularização que atrofia os meios de comunicação desde a segunda metade do séc. XX. Os autores buscam repensar o papel dos atores sociais – *podcasters* – no estabelecimento de formas inovadoras de mediação sociocultural:

(...) com o avanço da tecnologia de compressão de arquivos digitais e a crise da indústria fonográfica, o *podcasting* começa a inaugurar novas formas de sociabilidade e a construir toda uma rede de identificações culturais valorizadas e prestigiadas pelos usuários.

Perdem força as mediações tradicionais realizadas pela indústria da música e do entretenimento, organizadas em torno de paradas de sucesso, grandes vendas de disco e veiculação de conteúdos de forma sincrônica; ganham terreno a pluralidade nas representações artísticas, as redes transnacionais de identificações culturais, a interação social mediada [por computador], as transmissões radiofônicas assíncronas e as novas formas de audição. (HERSCHMANN e KISCHINHEVSKY, 2008, p. 104)

Isso não quer dizer que estamos diante da solução em prol de uma comunicação livre. Em trabalhos posteriores, os autores também analisam que o otimismo em torno do fenômeno da desintermediação foi seguido de estudos que comprovam a ascensão de novos intermediários – remediação – no mundo da música, no qual o rádio se inclui (HERSCHMANN e KISCHINHEVSKY, 2011). No entanto, é inegável que a tecnologia do *podcasting* abre brechas para criações que vão de encontro aos padrões hegemônicos de dominação.

Em termos gerais podemos dizer que hoje o *podcasting* está para o rádio assim como os *blogs* estão para os jornais. A chamada tecnologia *pull* (puxar) substituiu a *push*

⁵ Ver nota 12 sobre fiscalização do ECAD na rede.

(empurrar) e o ouvinte deixou de ficar a espera pelo conteúdo que lhe interessa, para ir direto ao ponto e ouvir apenas o que lhe convém, a hora que bem entender. Além disso, as possibilidades de interação entre o autor dos conteúdos e o público são tantas que, cria-se a chance de inversão das posições de emissor e receptor. Outra razão que faz que com o *podcasting* se torne uma prática cada vez mais popular é seu processo de automatização. Os ouvintes podem fazer assinaturas dos programas, assim como fazem de uma revista ou jornal, dessa maneira, novos episódios de *podcasts* assinados podem ser baixados automaticamente pelo programa de gerenciamento de arquivos sonoros que o usuário tiver instalado em seu computador e sincronizado pelos seus aplicativos móveis (celulares e *tablets*) para ser consumido oportunamente.

Mais uma característica que começa a ser notada nessa nova forma de se fazer rádio é que, embora o *podcast* se configure como uma mídia inerente ao mundo globalizado existe uma tendência à produção de conteúdos ligados a identidades culturais locais, fato que, nos termos de alguns teóricos dos Estudos Culturais, geram produtos “glocais” (HALL, 1997). Nesse sentido, chamamos a atenção neste artigo para o trabalho de dois *podcasters* brasileiros que estão se apropriando das NTICs para difundir o “samba de raiz”, ou ainda, “a autêntica música brasileira” mundo afora. Como fazem isso? Desde quando? E por quê? São algumas das questões que foram feitas a cada um deles a partir de questionários semiestruturados elaborados no intuito de iniciar um mapeamento sobre a “geração *podcasting*” (HERSCHMANN E KISCHINHEVSKY, 2008) que se consolida diante do novo cenário.

Como referencial metodológico, optou-se pela pesquisa netnográfica. Segundo Fragoso, Recuero e Amaral (2011), a netnografia surge no âmbito dos estudos de cibercultura inspirados na abordagem etnográfica como forma de desenvolver pesquisas empíricas na, com e pela internet. A escolha se deu pelo fato de acreditarmos que, atualmente, pelo menos nas áreas urbanas, o fenômeno da sociabilidade não deve mais ser pensado sem levar em conta as relações não presenciais fomentadas pelas NTICs. A partir da constatação da internet como um espaço agregador de indivíduos em comunidades “virtuais”, seja devido a identificações culturais, de gosto, políticas etc., a aproximação com a abordagem etnográfica torna-se praticamente inevitável.

No entanto, uma crítica pertinente a essa metodologia é levantada pelas autoras: como ignorar os encontros presenciais, o contato, a ida ao campo, a “viagem” do pesquisador até o local a ser estudado, na tentativa de se desenvolver um trabalho de

inspirações etnográficas? Somando-se a isso, temos a necessidade do encontro e da roda entre amigos como uma característica incontestável do mundo do samba (TROTTA, 2011). Sendo assim, ao longo do desenvolvimento da pesquisa de doutorado, da qual este artigo é parte, um movimento de investigação dentro e fora da rede se fará necessário. Até porque, desde o primeiro momento, foi possível identificar que os produtores dos *podcasts* aqui analisados usam seu canal de comunicação com o público, também, para noticiar eventos do mundo do samba e promover encontros entre seus ouvintes e seguidores.

2. Samba via *podcast*: difundindo a cultura “glocal”

O *podcast* “Meu Samba é Roots”, produzido pelo publicitário Dennis Campos, nasceu a partir da criação de um *blog* homônimo e pode ser acessado por intermédio desse *blog*; pelo portal de *podcasts* “Podomatic” e pela web rádio “Cultura Black⁶”, dedicada a divulgar gêneros musicais ligados à cultura negra⁷. Em entrevista para a pesquisa, Dennis, conta que:

Na verdade o *blog* surgiu antes, com o intuito de valorizar o bom samba. Estava cansado de músicas pobres de melodias, harmonias e letras. Desde o início eu pretendia ter um *podcast*, mas com outro formato (que estou desenvolvendo), mas fui convidado pelo pessoal da Rádio Cultura Black para fazer um programa de samba raiz. Topei na hora e comecei a estudar a melhor forma de fazê-lo.

Atualmente, o *blog* “Meu Samba é Roots” além de servir como porta de acesso ao *podcast*, também disponibiliza links de outros projetos que estão na rede, ligados à temática do “samba de raiz”. O texto de apresentação do programa diz: “Está no ar o nosso, o seu, o *Meu Samba é Roots*, o verdadeiro arquivo do samba”. Enquanto a voz do locutor aparece em primeiro plano, é tocado, em *background*, o refrão da música Zé Tambozeiro, composta pelo sambista Candeia, cujos versos dizem: “(...) bate o tambor de Angola, que o samba chegou agora”. Além disso, há uma logomarca que identifica os produtos criados por Dennis e traz na assinatura o slogan “a chama não se apagou”, identificando entre os amantes e conhecedores do samba, a predileção do *blogueiro-podcaster* pelo compositor portelense⁸.

⁶ <http://www.siteculturablack.com.br/>

⁷ www.siteculturablack.com.br

⁸ O verso “a chama não se apagou” está presente na canção “O sonho não acabou”, de autoria de Luiz Carlos da Vila e Adilson Victor, em homenagem ao sambista Candeia, cujo refrão diz: “a chama não se apagou / nem se apagará / és luz de eterno fulgor / Candeia / o tempo em que o samba viver / o sonho não vai acabar / e ninguém irá esquecer / Candeia...”

Nota-se que o título dos produtos desenvolvidos por Dennis remete à ideia de “raiz”, com o emprego do termo inglês *roots*. Ao mesmo tempo, a vinheta de abertura do programa canta versos referentes ao tambor de Angola, marcando a origem africana do samba e a ancestralidade da cultura negra. Embora, a cada programa, Dennis faça algumas intervenções sonoras que modificam ligeiramente a vinheta de abertura, a mensagem textual e o trecho dessa música são suas marcas identitárias.

Trotta (2011) trabalha à exaustão a categoria “raiz” relacionada ao samba. O autor desenvolve um estudo de fôlego sobre classificação de gêneros musicais e argumenta:

(...) o “samba de raiz” procura estabelecer um vínculo com o passado, que seria formador de uma base musical, ideológica, estética e afetiva para o desenvolvimento do samba (...) um samba que procura se referir a esse passado, estabelecendo sua legitimidade por esta “tradição”. (p.210).

Quando indagado sobre como seleciona o repertório de seu programa, a partir do critério “samba de raiz”, Dennis afirmou que age de forma “diferente de muitos radicais”, uma vez que não considera que o samba de raiz esteja obrigatoriamente ligado ao passado e explica sua tática:

Prefiro definir alguns critérios que estão presentes desde os primeiros sambas. Para mim, um “samba de raiz” tem que ter: boa letra. Nada de rimar amor com dor e coração e paixão no mesmo refrão; bom tema; boa melodia; instrumentação adequada (...) já vi shows de samba sem ter um cavaco, não tem condições! Considerando esses como alguns dos possíveis critérios, não é difícil se reconhecer bons sambistas nos dias atuais.

A ligação de Dennis tanto com o samba do passado quanto do presente é perceptível em todos os episódios já publicados⁹. Para se ter uma ideia, num mesmo programa é possível ouvir Nei Lopes seguido de Zeca Pagodinho ou interpretações de composições antigas nas vozes jovens do grupo Casuarina. A experiência de ouvir “Meu samba é roots” faz, portanto, com que o ouvinte tenha acesso tanto à tradição quanto à modernidade do samba.

Outro *podcaster* que opta por mesclar a tradição e a modernidade do samba é o escritor Conrad Rose, autor do “Muqueca de Siri”¹⁰. Historicamente ligado ao movimento do “Rádio Livre”, Conrad criou o programa para ser transmitido inicialmente pela Rádio

⁹ Ao todo são 18 disponíveis na rede e a periodicidade de postagem costuma ser mensal. Ver:

<http://meusambaeroots.podomatic.com/>

¹⁰ A grafia da palavra Muqueca, com u, respeita, segundo Conrad, a fonte de inspiração que é a música homônima do compositor Pelado da Mangueira.

Interferência FM¹¹, no ano de 2006. Em virtude das inúmeras interrupções sofridas pela rádio, Conrad encontrou na internet o terreno ainda livre de regulamentação que precisava para se pronunciar¹². Apesar disso, uma de suas preocupações mais constantes é fugir da dominação corporativa sobre os produtos midiáticos e comunicacionais. Ao longo dos episódios, Conrad emite mensagens com o seguinte conteúdo: “We are the mídia” [Nós somos a mídia] e “Use Linux”. Dessa forma, declara a alternativa que representa contra os conglomerados midiáticos e às grandes corporações capitalistas, pronunciando-se, inclusive, em inglês, para que até ouvintes estrangeiros possam entender a sua filosofia.

Apesar de reconhecer as facilidades das NTICs como ferramenta para se fazer ouvir, o ideal de Conrad é a liberação do espectro eletromagnético e o fim da concessão de serviço expedida pelo Ministério das Comunicações, bem como, da licença para operar a radiofrequência atribuída pela Anatel (Agência Nacional de Telecomunicações).

Rádio livre é o meu grande tesão mesmo. Hoje eu vejo que web rádio é uma coisa que qualquer pessoa pode fazer em casa. É completamente acessível. Até as crianças têm essa capacidade. E tem uma coisa que incomoda um pouco que é você não conseguir ser completamente livre, como no caso do rádio, você pode ser. A partir do momento que sai da tua máquina [o podcast], você utiliza uma tecnologia proprietária, 3G ou ADSL, então, cai nas mãos de uma corporação. O meio é feito através de uma corporação. No rádio, o pessoal do rádio livre tem condições de fazer até receptor de rádio e o meio que utiliza é o ar, o som se propaga pelo ar... então, isso que me encanta na verdade: o espectro.

O gênero musical que Conrad optou por difundir também foi o samba, definido no texto de apresentação de seu *podcast* como “a mais autêntica música brasileira”. No repertório, além da mistura do samba antigo com o atual, há algumas variações como sambalongo e samba-reggae. Assim, depois de uma gravação original na voz de Zé Keti, pode-se ouvir uma canção interpretada por Orlandivo, Jorge Ben ou Seu Jorge.

Apesar dos dois *podcasters*, defenderem o reconhecimento da produção contemporânea do samba e, em alguma medida, seus subgêneros, no que se refere à discussão sobre rádio livre, Dennis revela não possuir uma identificação tão profunda com a causa. Quando perguntado a respeito, respondeu:

¹¹ A Rádio Interferência FM é uma rádio livre criada e mantida pelos estudantes da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Para saber mais detalhes sobre ela e sua origem, ver: <http://www.eco.ufrj.br/portal/servicos/radio.html> e KISCHINHEVSKY (2009).

¹² Embora, o ECAD atue no sentido de arrecadar direitos autorais para execução de músicas na internet, a fiscalização é precária e segundo Conrad: “nunca houve problemas nesse sentido”.

Acho o movimento bem fundamentado e importante, do ponto de vista de liberdade de expressão e da utilidade pública para a comunidade (como é o caso da Rádio Heliópolis). Mas discordo quando utiliza meios que atrapalham quem atua legalmente e pagam impostos, as rádios de internet ganham ponto neste quesito.

Já para Conrad, a questão da liberdade é tão fundamental que ele busca disponibilizar seu programa em inúmeras plataformas, sempre em busca de traçar uma linha de fuga ao monopólio das corporações. Atualmente, o programa pode ser acessado pelo mesmo portal de *podcasts* que hospeda o “Meu samba é Roots”, e ainda pode ser ouvido em diversas web rádios, entre estrangeiras e nacionais, ligadas ao movimento do rádio livre¹³, além de estar disponível para download no site www.archive.org, uma organização sem fins lucrativos dedicada a disponibilizar gratuitamente arquivos de recursos multimídia. O próximo passo, segundo Conrad, é enquadrar o “Muqueca” na lei de incentivo e conseguir financiamento para construir um site.

(...) o que tá sendo feito só agora, na verdade, é enquadrar o “muqueca” para que ele tenha um website, enquadrar na lei de incentivo, pra construir o website. Entre outras experiências também, mas o website é a principal delas, onde a gente possa hospedar tudo no archive.org, que é uma plataforma sem limite nenhum de banda, um “communityaudio” e... construir uma máscara para que as pessoas possam ouvir e baixar e que no website contenha muito mais coisas além das “receitas culinárias”, que como “muqueca” é um prato, já em 2007 a gente serviu, pela primeira vez a moqueca, numa feitoria.

A referência de Conrad a um encontro presencial dos ouvintes de seu *podcast*, para degustação coletiva de uma moqueca de siri, ampliam exponencialmente as metas de investigação dessa pesquisa e impossibilitam esgotar o assunto num único artigo. Contudo, revela estar em consonância com afirmações feitas anteriormente sobre a necessidade de se promover encontros reais no mundo do samba, nos quais, tradicionalmente, tanto a roda de samba, quando a comida, são elementos que compõem a chamada “experiência de raiz”, nos termos de Herschmann (2007) e o estado de epifania provocado pelo encontro de um grupo com afinidades musicais (MAFFESOLI, 2000).

Atualmente, o “Muqueca de Siri” possui trezentos e quinze seguidores no “Podomatic”, entre eles, o próprio “Meu Samba é Roots”. Uma investigação mais profunda a respeito da interação entre os seguidores e as comunidades que se formam ali está em andamento. Até o momento, percebe-se que ela se dá, majoritariamente a partir de

¹³www.radiobronka.info (Barcelona - Espanha); www.radiorua.com.br (Brasil); www.bsosradio.org (Maui – Havaí); Há ainda os 100 primeiros programas disponíveis para download em www.4shared.com.

comentários postados no perfil de cada *podcast* e tem como tônica: elogios referente ao repertório, demonstrações de afeto ao samba e a experiência de curtir o samba, usualmente associada à experiência de viver hábitos e práticas culturais ligadas à brasilidade. A imagem a seguir ilustra a questão:



Figura 1: *printscreen* de uma série de comentários postados no perfil do *podcast* “Muqueca de Siri”, hospedado no portal “Podomatic”.

As interações entre os ouvintes do “Muqueca” não se deram da noite para o dia. O programa está na rede desde fins de 2006 e atingiu, em junho de 2012, a edição 118. Quanto ao “Meu Samba é Roots”, nota-se que as interações ainda estão em fase inicial, uma vez que o programa é bem mais recente e ainda está na edição 18. No *blog* homônimo, há atualmente sessenta e sete seguidores¹⁴ e no perfil do “Podomatic”, apenas 3¹⁵. Mesmo assim, entre maio e junho de 2012, a partir da divulgação que Dennis fez na rede social

¹⁴ Ver: <http://www.meusambaeroots.blogspot.com.br/> <último acesso em: de 28/06/2012>.

¹⁵ Ver: <http://meusambaeroots.podomotic.com> <último acesso em: de 28/06/2012>.

“facebook”, verificou-se que 80 pessoas “curtiram” a iniciativa. A seguir, o gráfico disponibilizado pela rede social exibe os resultados da divulgação, incluindo a idade do público.

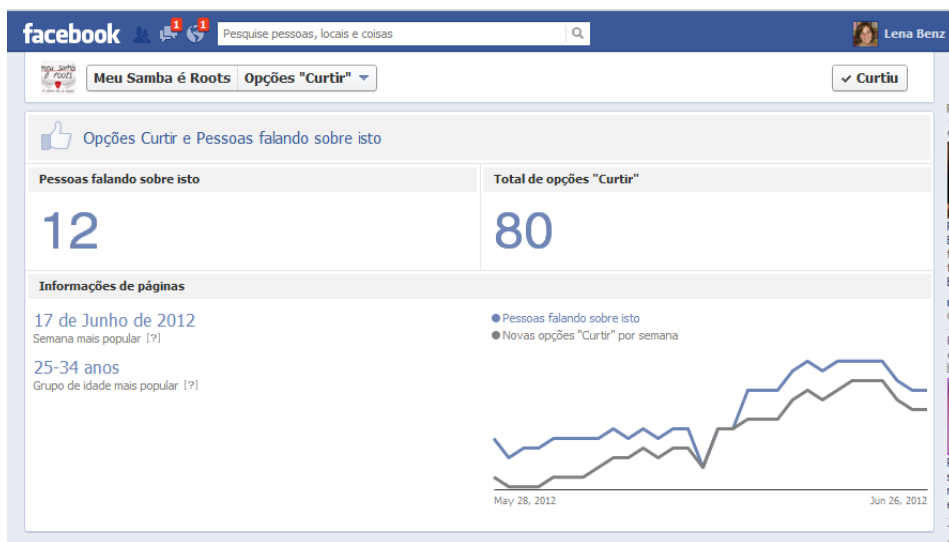


Figura 2: *printscreen* da estatística fornecida pela rede social “facebook” aos seus usuários.

Interesses pessoais e controvérsias a parte, nota-se que ambos os *podcasters* usam a possibilidade de estar na rede para difundir seus gostos musicais e suas ideias, e formar um público ouvinte. Cabe ressaltar, no entanto, que: embora usufruam de tecnologias recentes e modernas, ainda baseiam-se no formato estabelecido pelo rádio convencional para compor seus respectivos programas. Se ouvirmos de olhos fechados ambos os *podcasts* e programas de rádio convencionais dificilmente poderemos diferenciá-los. O ritmo narrativo dos locutores, a mescla de música, fala, silêncio, *background* e vinhetas obedece a um padrão herdado do rádio hertziano que, em termos de Brasil, assim como o samba, também se consolidou com uma marca da identidade cultural nacional.

Nesse contexto, assistimos a um movimento interessante que revela que a representação do samba no rádio expandido hoje envolve elementos que retomam a construção discursiva, em torno do chamado “samba de raiz”, como símbolo da identidade cultural nacional. Mais que isso, vem contribuindo para a formação de “comunidades virtuais” formadas por indivíduos que compartilham o afeto por esse gênero musical e fomentam entre si a partilha de música e informação.

3. Considerações

Conforme mencionado, este trabalho é um recorte de uma pesquisa de doutorado em andamento que, sob o ponto de vista metodológico, ainda está em fase inicial. Dessa forma, como considerações finais, apontamos os futuros passos que serão seguidos, no intuito de aprofundar a investigação dos objetos analisados parcialmente aqui.

Além da necessidade de uma investigação detalhada a respeito das interações entre os *podcasters* e seus ouvintes, pretende-se aprofundar questões relativas à escolha do repertório a partir do critério estabelecido pelos próprios *podcasters* ao rotularem suas respectivas seleções musicais como “samba de raiz” e “autêntica música brasileira”.

Mais adiante, além desses dois *podcasts* dedicados ao samba, a pesquisa abará duas web rádios e dois programas de rádio hertziano exclusivos do gênero, objetivando dar conta da representação do samba no rádio expandido.

4. REFERÊNCIAS

BENZECRY, L. **Rádio e Samba de Raiz: um binômio glocal**. Comunicação apresentada no IV Encontro de Pesquisadores em Comunicação e Música Popular. GT de Linguagens e identidades da musica contemporânea, 15 a 17 de agosto de 2012, Universidade de São Paulo – ECA/USP.

FERRARETO, L.A. **Alterações no modelo comunicacional radiofônico: perspectivas de conteúdo em um cenário de convergência tecnológica e multiplicidade de oferta**. In: E o rádio? Novos horizontes midiáticos. Luiz Arthur Ferrareto e Luciano Köckler (Orgs.). Rio de Janeiro: EdiPUCRS, 2010.

_____. e KLÖCKNER, L. **E o rádio? Novos horizontes midiáticos**. Porto Alegre: EdiPUCRS, 2010

FIDLER, R. **Mediamorphosis – Understanding New Media**. California: Pine Forge Press, 1997.

FRAGOSO, S; RECUERO, R; AMARAL, A. **Métodos de pesquisa para internet**. Porto Alegre: Editora Sulina, 2011.

FROTA, W. N. **Auxílio luxuoso. Samba símbolo nacional, geração Noel Rosa e indústria cultural**. São Paulo: Annablume, 2003.

HALL, S. **A centralidade da cultura: notas sobre as revoluções culturais do nosso tempo**. In: Kenneth Thompson (ed.). Media and cultural regulation. London, Thousand Oaks, New Delhi: The Open University; SAGE Publications, 1997 (Cap. 5).

HERSHMANN, M. **Lapa, cidade da música. Desafios e perspectivas para o crescimento do Rio de Janeiro e da indústria da música independente nacional.** Rio de Janeiro: Ed. Mauad X, 2007.

_____. **Indústria da música em transição.** São Paulo: Estação Letras e Cores, 2010.

_____. e PEREIRA, C. A. M. (Orgs.). **Mídia, memória e celebridades: estratégias narrativas em contextos de alta visibilidade.** Rio de Janeiro: E-papers, 2003.

_____. e KISCHINHEVSKY, M. **A geração podcasting e os novos usos do rádio na sociedade do espetáculo e do entretenimento.** In: *Famecos*. Porto Alegre: PUC-RS, n. 38, 2008.

_____. **A Reconfiguração da indústria da música.** In: Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação | E-compós, Brasília, v.14, n.1, jan./abr. 2011.

GALLEGO, J.I. **Novas formas de prescrição musical.** In: Micael Herschmann (Org.). *Nas bordas e fora do mainstream – novas tendências da música independente no início do século XXI.* São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2011.

KISCHINHEVSKY, M. **O rádio sem onda – Convergência digital e novos desafios na radiodifusão.** Rio de Janeiro: E-Papers, 2007.

_____; **Das rádios livres às comunitárias: 20 anos da 91.50 FM, uma experiência de comunicação contra-hegemônica no dial.** In: *ECO-Pós*, v.12, n.2, maio-agosto 2009, p. 71-83.

_____; **Rádio social - Mapeando novas práticas interacionais sonoras.** In: XX Encontro da Compós, na Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, de 14 a 17 de junho de 2011a.

_____; **O rádio e a música independente no Brasil.** In: Micael Herschmann (Org.). *Nas bordas e fora do mainstream – novas tendências da música independente no início do século XXI.* São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2011b.

PRATA, N. **Webradio: novos gêneros, novas formas de interação.** Florianópolis: Insular, 2009.

TROTТА, F. **O samba e suas fronteiras. Pagode romântico e samba de raiz nos anos 1990.** Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2009.