

A Rede Carioca de Rodas de Samba e a produção independente de música

The Carioca Network of Rodas de Samba and the independent music production

João Luiz de Figueiredo*

Lara Muniz Araújo**

Resumo

O objetivo do artigo é compreender as estratégias produtivas da produção independente de música no Rio de Janeiro frente às transformações estruturais provocadas na indústria pelo avanço da tecnologia digital. Pela escassez de pesquisas sobre artistas independentes, recorreremos ao método de estudo de caso da Rede Carioca de Rodas de Samba. A coleta de dados foi realizada através de entrevistas semiestruturadas com os fundadores da Rede e com os realizadores das rodas de samba. Os resultados da pesquisa demonstram que a organização das rodas de samba em uma Rede apresenta-se como uma estratégia relevante para a potencialização da atividade cultural produzida em função do fortalecimento do diálogo com o poder público, porém ainda com inúmeros desafios a serem superados, especialmente com relação à viabilidade comercial das atividades.

Palavras-chave: Rede Carioca de Rodas de Samba. Indústria da música. Produção independente. Samba. Economia criativa.

* Doutor em Geografia pela Universidade Federal do Rio de Janeiro; Professor do Mestrado Profissional em Gestão da Economia Criativa e coordenador do Laboratório de Economia Criativa, Desenvolvimento e Território na Escola Superior de Propaganda e Marketing Rio, Brasil; Email: joao.silva@espm.br

** Graduanda em Comunicação Social na Escola Superior de Propaganda e Marketing Rio, Brasil; Bolsista do Programa de Iniciação Científica da ESPM Rio no projeto de pesquisa intitulado "A (re)organização das bandas independentes na cidade do Rio de Janeiro frente às transformações produtivas na indústria da música: o caso da Rede Carioca de Rodas de Samba"; Email: lararanja@hotmail.com

Abstract

The objective of this article is to understand the strategies of independent music production in Rio de Janeiro, facing the structural transformations provoked in the industry by the advance of digital technology. Due to the lack of research on independent artists, we used the case study method of the Carioca Network of Rodas de Samba. Data collection was carried out through semi-structured interviews with the founders of the Network and with the directors of the Rodas de Samba. The results of the research demonstrate that the organization of the Rodas de Samba in a Network presents itself as a relevant strategy for the potentialization of the cultural activity produced because of the strengthening of the dialogue with the public sector, but with numerous challenges to overcome, especially with respect to the commercial viability of the activities.

Keywords: Carioca Network of Rodas de Samba. Music industry. Independent production. Samba. Creative economy.

Introdução

O artigo trata das transformações ocorridas na organização da indústria da música e de como isso abriu novas possibilidades para a produção independente da música, ou seja, aquela que é realizada por artistas que se organizam produtivamente sem a intermediação de uma gravadora e/ou de um agente de empresariamento artístico.

O argumento central se baseia no reconhecimento de que as tecnologias digitais de informação e comunicação impuseram a necessidade de transformação da indústria da música, impactando diretamente os modelos de negócio existentes na indústria música até o começo do século XXI, porém vale reforçar que o pensamento estratégico e a aplicação de conhecimentos relacionados à gestão, ao marketing e à promoção continuam relevantes para a viabilização econômica dessas atividades culturais.

Em função da carência de pesquisas sobre os artistas independentes, consideramos importante fazer uma pesquisa centrada nas questões que envolvem o processo de organização produtiva dos artistas integrantes da Rede Carioca de Rodas de Samba, uma organização criada no ano de 2015 a partir da necessidade de debater o ofício de quem promove, toca e canta o

samba na cidade do Rio de Janeiro. Nesse sentido, o principal objetivo do artigo é compreender as estratégias produtivas da produção independente de música no Rio de Janeiro frente às transformações estruturais provocadas na indústria pelo avanço da tecnologia digital através da análise do caso da Rede Carioca de Rodas de Samba.

Devido à complexidade da pesquisa que resultou neste artigo, optamos pela realização de uma pesquisa qualitativa com finalidade exploratória e optamos pelo método do estudo de caso.

As pesquisas exploratórias envolvem “(a) levantamento bibliográfico; (b) entrevistas com pessoas que tiveram experiências práticas com o problema pesquisado; e (c) análise de exemplos que estimulem a compreensão” (GIL, 2002, p. 41). A seleção da Rede Carioca de Rodas de Samba, além de permitir a compreensão sobre as estratégias produtivas da produção independente de música no Rio de Janeiro frente às transformações estruturais da indústria da música provocadas pelo avanço da tecnologia digital, acreditamos que ela mereça ser analisada pelo método do estudo de caso, pois segundo Yin (2001) o uso do estudo de caso é adequado quando se deseja investigar o como e o porquê de um conjunto de eventos contemporâneos.

Ao tratar do delineamento do estudo de caso, Gil (2002) nos lembra que a formulação do problema se constitui na etapa inicial da pesquisa, de maneira que definimos o nosso problema nos seguintes termos: como as rodas de samba do Rio de Janeiro se beneficiam por se organizarem de maneira independente e por que estão articuladas em uma rede?

Nesse sentido, a pesquisa se iniciou com uma pesquisa bibliográfica sobre as transformações produtivas da indústria da música frente às tecnologias digitais de comunicação e de informação, de modo que pudéssemos compreender as novas possibilidades de organização produtiva da indústria. Na sequência, realizamos levantamento bibliográfico e documental sobre a Rede Carioca de Rodas de Samba. Ainda em função da Rede ser muito nova (fundada em 2015), não existem muitas fontes bibliográficas capazes de nos revelar a sua organização. Portanto, um instrumento fundamental da coleta de dados sobre a Rede Carioca de Rodas

de Samba foi a aplicação de entrevistas em profundidade semiestruturadas com os seus fundadores e com as lideranças das rodas de samba que integram a rede. A análise dos dados obtidos nas entrevistas foi cruzado com a teoria que versa sobre a possibilidade de organização independente dos artistas da indústria da música e com as evidências encontradas no portal da Rede e em outros documentos jornalísticos, de modo que possamos verificar: (a) o sentido de se articular em rede; (b) a organização produtiva das rodas de samba; (c) o sentido de fazer música independente. Nesse sentido, o tratamento dos dados coletados implicou primeiramente em uma categorização para, na sequência, permitir a triangulação entre as informações coletadas, as evidências e o diálogo com os autores.

Do total de 35 rodas de samba participantes da Rede Carioca de Rodas de Samba, realizamos as entrevistas semiestruturadas com 14 delas e verificamos a ocorrência *ex post* da saturação teórica, ou seja, a partir de determinado ponto da realização das entrevistas semiestruturadas nenhum dado adicional foi encontrado.

O presente artigo está estruturado em 3 seções, além da introdução e das considerações finais. Na primeira seção, intitulada “As transformações na organização da indústria da música e as novas possibilidades produtivas dos artistas independentes”, debatemos a evolução da organização produtiva da indústria da música, que possibilitou a viabilização da produção independente. Ao conectar o processo de transformação da indústria da música com as novas possibilidades de organização produtiva dos artistas independentes, apresentamos a Rede Carioca de Rodas de Samba como uma dessas possibilidades na segunda seção do artigo que se intitula “A Rede Carioca de Rodas de Samba: conceito e principais objetivos”. Por fim, a terceira seção, intitulada “A organização produtiva independente das rodas de samba e a articulação em rede”, apresenta os resultados da pesquisa com as rodas de samba, em que identificamos as características das rodas de samba e suas estratégias produtivas.

As transformações na organização da indústria da música e as novas possibilidades produtivas dos artistas independentes

Ao considerarmos o principal objetivo deste artigo como sendo compreender as estratégias produtivas da produção independente de música no Rio de Janeiro frente às transformações estruturais provocadas na indústria pelo avanço da tecnologia digital, através da análise do caso da Rede Carioca de Rodas de Samba, nos deparamos com uma importante transformação na estrutura da indústria da música, a qual permite a conexão direta entre artistas e consumidores sem a mediação obrigatória de uma gravadora. Assim, para que possamos realmente compreender como se organiza a produção de música independente no Rio de Janeiro, acreditamos ser necessário, primeiramente, compreendermos as transformações na organização da indústria da música.

A evolução tecnológica da indústria fonográfica, ao longo do século XX, ocorreu associada à necessidade de um suporte físico para gravação e consumo da música, de modo que em todo o Mundo um seleto grupo de empresas conhecido como Big Five (Sony, Universal, Warner, EMI, BMG) se notabilizou pelo profundo controle que exerceram sobre o mercado. Todavia as transformações nas tecnologias de informação e comunicação ocorridas no final do século XX alteraram dramaticamente a capacidades dessas empresas em continuarem a organizar o mercado fonográfico mundial, abrindo possibilidades para que gravadoras independentes assumissem maior importância no mercado ao mesmo tempo em que se viabilizou a organização produtiva independente de artistas, ou seja, sem contrato com gravadoras.

Nakano e Leão (2009) explicam a evolução da organização da indústria fonográfica até os dias de hoje, apontando quatro fases que são marcadas por sucessivas quebras de barreiras à entrada, sendo que a fase atual identificada pelos referidos autores como “Acesso livre” revela a possibilidade de artistas independentes se organizarem produtivamente através das novas tecnologias de informação e comunicação. Graham et al

(2004) acreditam que os artistas depois do advento da internet têm mais facilidade de sozinhos produzir e distribuir suas músicas, quebrando assim paradigmas antigos. A análise dos referidos autores é de extrema importância para a nossa pesquisa, uma vez que sedimenta teoricamente a análise do real quando observamos as reuniões e os eventos culturais organizados pela Rede Carioca de Rodas de Samba, uma vez que as tecnologias digitais de comunicação e informação são intensamente utilizadas pelos artistas para gravação de suas apresentações, difusão e promoção dos eventos, viabilizando a conexão direta entre eles e os consumidores. De fato, a importância da internet para a produção cultural independente nos remete a declaração da Organização das Nações Unidas que reconheceu o acesso a internet como um direito humano, reforçando como bem nos lembra Castaño (2015), que atualmente a tecnologia hoje em dia é mais do que nunca uma questão de poder.

No âmbito desse debate, a possibilidade de conexão entre os artistas independentes e o público através das novas tecnologias de informação e comunicação também foi apontada no livro de Anderson (2006) via a perspectiva da cauda longa. Dessa forma, em vez de um único modelo de negócio centrado nas *majors*, como era antigamente, hoje vemos a proliferação de modelos de negócios, seja nas próprias gravadoras como também em coletivos que passaram a se organizar de maneira independente.

Todas essas transformações decorrem da alteração do suporte através do qual se consome a música gravada atualmente, que ao se digitalizar engendrou essa reorganização da indústria. Diante desse contexto, Passos (2015, p. 2) aponta para o fim do controle das grandes gravadoras sobre a indústria da música em função das “novas práticas de consumo de música pelas redes digitais e da incapacidade das gravadoras de lidarem com tais transformações”. Wainer (2017, p. 312), por sua vez, reconhece que “o contexto digital é o contexto da bricolagem, do fluxo, da quebra de resistências e fronteiras, do hibridismo e do fim de algumas distinções entre esferas eminentemente amadoras ou profissionais”. De fato, as empresas e os artistas que atuam no mercado da música vivem

atualmente ainda uma fase de experimentação do mercado, considerando as novas possibilidades de distribuição e consumo de música.

A produção de música independente ainda está longe de ocupar o centro do mercado, porém a sua viabilidade chama à atenção e nos leva a investigar como 35 rodas de samba da cidade do Rio de Janeiro implementam suas estratégias comerciais, as quais são articuladas pela Rede Carioca de Rodas de Samba. Como as rodas de samba do Rio de Janeiro se beneficiam por se organizarem de maneira independente e por que estão articuladas em uma rede?

A Rede Carioca de Rodas de Samba: conceito e principais objetivos

Conforme a recomendação de Yin (2001), uma etapa fundamental do método de estudo de caso é a descrição da unidade de estudo. Nessa análise utilizaremos fontes diversas, como o site oficial da Rede Carioca de Rodas de Samba; entrevistas semiestruturadas realizadas com gestores da organização; reportagens realizadas sobre a Rede; e instrumentos jurídicos promulgados pela Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro.

A Rede Carioca de Rodas de Samba é um coletivo composto por sambistas e produtores artísticos que se uniram a partir da necessidade de debater a inserção desta importante manifestação cultural na agenda das políticas públicas da cidade do Rio. Em um documentário a respeito da Rede disponível no *YouTube*, o narrador não identificado caracteriza a Rede da seguinte maneira:

Somos um movimento de sambistas cariocas em prol da valorização do samba de rua. Nossa missão é desenvolver o potencial cultural, turístico e econômico das rodas de samba da cidade do Rio de Janeiro. Somos mais de 40 rodas de samba, estamos presentes em mais de 25 bairros da cidade, realizamos mais de 50 eventos por mês, gerando trabalho e renda direta ou indiretamente, com consumo médio chegando a 1 milhão de reais mensais, e um grande potencial de compartilhamento

espontâneo nas redes sociais, atingindo alcance mensal de aproximadamente 500.000 pessoas. Viemos para valorizar a identidade e a autoestima local, e promover a roda de samba como um produto cultural nacional. [...] Somos um movimento em crescimento, feito e administrado por quem vive o samba! Somos a Rede Carioca de Rodas de Samba. (REDE, 2017, s. p.)

O reconhecimento de que a Rede Carioca de Rodas de Samba nasce das próprias rodas de samba do Rio de Janeiro é uma importante evidência da capacidade de organização produtiva independente da música atualmente. Afinal, sem a interlocução com gravadoras e/ou com escritórios de empresariamento artístico, as próprias rodas de samba reconheceram a necessidade de uma articulação em rede para potencializar a competitividade de suas produções culturais no mercado. O objetivo da Rede, portanto, é trabalhar o desenvolvimento das rodas em relação a seus potenciais culturais, turísticos, sociais e econômicos, garantindo sua preservação. Outra intenção é dotar as rodas de sustentabilidade e garantir a elas melhores condições para realização de eventos – tanto para o artista quanto para o público frequentador – e assim, aprofundar a relação entre os profissionais específicos do samba e os profissionais de outras áreas (como economia ou produtor cultural).

Inspirados pelo decreto nº 36.201 de 06 de setembro de 2012 de criação do Programa de Desenvolvimento Cultural Carioca de Ritmo e Poesia, os integrantes da Rede Carioca de Rodas de Samba escreveram e propuseram ao poder público municipal um decreto semelhante. Assim, no dia 1 de dezembro de 2015, foi assinado o decreto municipal nº 41.036 que criou o Programa de Desenvolvimento Cultural Rede Carioca de Rodas de Samba. No segundo artigo do decreto, fica evidenciado os objetivos do programa:

Art. 2º O Programa de Desenvolvimento Cultural Rede Carioca de Rodas de Samba tem os seguintes objetivos:

- I – ampliar e valorizar a produção musical das rodas;
- II – difundir as obras que foram produzidas coletivamente ou individualmente nas rodas participantes do programa;
- III – buscar meios para fomentar o desenvolvimento de novos atores;

IV – apoiar a criação e manutenção de espaços destinados à realização de rodas de samba;

V – incentivar a articulação entre os representantes das rodas de samba e os produtores, artistas e demais membros da indústria cultural, para o desenvolvimento das rodas de samba; e

VI – Incentivar a comercialização de produtos audiovisuais, fotográficos, gastronômicos e de moda, entre outros, ligados à temática do samba. (PREFEITURA DA CIDADE DO RIO DE JANEIRO, 2015)

A Rede foi fundada com 16 rodas de samba, hoje ela conta com 35 rodas-integrantes, mas esse número já chegou a 42. De acordo com um dos fundadores da Rede, Grand Júnior (2017), das 35 rodas de samba, 80% possuem acesso gratuito e 20% acesso pago e são responsáveis por cerca de 48 eventos mensais, distribuindo-se por 21 bairros da cidade. Ainda segundo Grand Júnior (2017), baseando-se em uma pesquisa interna da própria Rede, cada evento atrai em média um público de 500 pessoas por evento que gasta aproximadamente 1 milhão e 300 mil reais por mês em consumo direto de produtos nas rodas de samba.

Com esses dados, podemos vislumbrar o potencial econômico das rodas de samba na cidade. Além disso, como elas acontecem durante o ano inteiro, diferem do Carnaval, que ocorre apenas uma vez ao ano. Mais do que uma atividade cultural perene, podemos compreender que a cultura do samba no Rio de Janeiro se mantém ativa em função das rodas de samba, de maneira que a grandeza do espetáculo do carnaval do Rio de Janeiro não pode ser compreendida sem a permanente construção da cultura do samba que se faz ao longo do ano pelas inúmeras rodas de samba existentes na cidade. Nesse sentido, um dos fundadores da Rede, o doutor em geografia João Grand Junior demonstra em sua tese de doutorado que as rodas de samba podem ser consideradas as polinizadoras da cultura do samba no Rio (GRAND JÚNIOR, 2017).

O site oficial da Rede é um canal importante de comunicação das rodas com o público e com os demais parceiros. Ao reunir todas as informações dos integrantes da Rede em apenas um canal, ganha-se escala, sinergia e a possibilidade interessante de se pensar um calendário, evitando

a realização de eventos em um mesmo dia das rodas de samba que se localizam próximas umas das outras.

Outra evidência da importância da Rede Carioca de Rodas de Samba e de seu caráter inovador é a sua presença no noticiário. A ênfase das reportagens, mais uma vez, permite caracterizar a importância do movimento na valorização da produção cultural das rodas de samba ao mesmo tempo em que promove a articulação com o objetivo de viabilizar a geração de valor econômico para seus integrantes. Na reportagem de Ludmilla Lima (2017) para o jornal O Globo, o destaque é a criação do mapa participativo das rodas de samba do Rio, conforme se verifica no título da reportagem: “Pesquisa identifica no Rio cerca de cem rodas de samba de domingo a domingo: eventos lotados mostram que aposta cultural vence até medo da violência”. O mapeamento participativo foi também pauta de reportagem do portal digital de notícia G1, em texto e vídeo, assinados por Boeckel (2017), no qual aponta as rodas de samba como um patrimônio cultural do Rio de Janeiro.

Ao nos depararmos com o grande interesse da cobertura jornalística sobre a Rede Carioca de Rodas de Samba, podemos inferir que a determinação da Rede em gerar informação sobre a produção cultural das rodas de samba se constituiu em uma importante iniciativa, de maneira que permitiu a sociedade dimensionar a riqueza cultural e econômica gerada pelas rodas de samba. Nesse sentido, a Rede precisou se estruturar internamente não apenas como um elemento facilitador da produção cultural, mas também como um agente de produção de informação. Ao gerar informação, permite-se uma outra interlocução entre os sambistas e a sociedade de modo geral.

Em suma, através das entrevistas com os fundadores da Rede Carioca de Rodas de Samba, da análise do decreto que institui o programa cultural da Rede Carioca de Rodas de Samba, dos documentos jornalísticos e do conteúdo disponibilizado no portal da Rede, podemos caracterizar a nossa unidade de estudo como um coletivo de rodas formado por sambistas de toda a cidade do Rio de Janeiro, que surge em prol da valorização do tradicional samba de rua. Diferentemente de muitas organizações, a Rede

possui um propósito claro em sua atuação, que extrapola os interesses comerciais e deseja em primeiro lugar a valorização da cultura do samba enraizada por toda cidade primeiramente. O fortalecimento econômico das rodas de samba deve ser compreendido como um meio para a difusão cultural do samba, não como um fim em si.

Diante da importância que se revelou da Rede Carioca de Rodas de Samba para a promoção e comunicação dos eventos organizados pelas rodas de samba, bem como para o melhor planejamento comercial dos eventos, resolvemos aplicar entrevistas com os organizadores das rodas. Através dessas entrevistas poderemos responder com maior precisão à questão da nossa pesquisa: como as rodas de samba do Rio de Janeiro se beneficiam por se organizarem de maneira independente e por que estão articuladas em uma rede?

A organização produtiva independente das rodas de samba e a articulação em rede

A partir de entrevistas semiestruturadas com as 14 lideranças de rodas de samba, foi possível investigar a organização produtiva das rodas de samba que integram a Rede, sendo a análise dos dados coletados organizada em três grandes categorias: (a) o sentido de se articular em rede; (b) a organização produtiva das rodas de samba; (c) o sentido de fazer música independente. Essa categorização é fundamental para o tratamento dos dados coletados, pois permite o agrupamento das informações de acordo com o conteúdo das respostas. Para evitar a mera transcrição das respostas e aumentar a confiabilidade da pesquisa, realizamos a análise dos dados a partir da triangulação entre as informações coletadas, o diálogo com os autores pesquisados no referencial teórico e as evidências encontradas em publicações e documentos jornalísticos e jurídicos. Para facilitar a leitura, apresentamos a análise realizada pela triangulação agrupada nas três categorias indicadas anteriormente.

O sentido de se articular em rede

Iniciamos as entrevistas perguntando se a liderança considerava a participação na Rede importante para a existência de roda para o seu futuro. O resultado apresentou unanimidade: todas as rodas consideraram a participação na Rede fundamental para sua existência. Desse modo, foi questionado a esses integrantes quais eram as vantagens percebidas por eles ao fazerem parte/integrarem à Rede. E entre as apresentadas em relação à essa integração, as respostas mais faladas foram a troca de experiências, a articulação, o networking e a melhor visibilidade. Além disso, citaram também que o contato com o poder público também pode ser considerado uma vantagem importante.

Ao triangularmos essa informação com evidências documentais e o debate teórico, podemos citar o decreto promulgado pela Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro que dispensa as rodas de samba integrantes da Rede Carioca de Rodas de Samba da solicitação de alvará para os seus eventos em espaço público (PREFEITURA DA CIDADE DO RIO DE JANEIRO, 2017). Essa conquista, fruto da articulação em rede das rodas de samba, ilumina o debate teórico sobre a capacidade dos artistas independentes se organizarem produtivamente, uma vez que ratifica a maior conexão dos produtores culturais com o poder público sem a intermediação de gravadoras ou empresários. Evidencia-se, portanto, a capacidade da Rede em influenciar o governo, de maneira que nos permite, com base na revisão teórica sobre participação política feita por Salles (2015), reconhecer uma importante dimensão política da atuação da Rede.

Além disso, foi percebido em uma reunião da Rede assistida, que a troca de experiências realmente acontece. Lá, cada roda pode conversar e contar suas vivências, últimos ocorridos, e quaisquer problemas que tenham. Assim, todos entram em um debate, dando conselhos, dicas, e opiniões próprias. Essa troca é sempre muito rica, e rende em muitas percepções e oportunidades novas.

A organização produtiva das rodas de samba

A organização da produção das rodas foi analisada a partir de questionamentos sobre a importância do trabalho autoral e sobre os processos de registro das músicas e das apresentações das rodas. Foi interessante descobrir que, das 14 rodas entrevistadas, 11 possuem músicas autorais, mas apenas 7 registraram suas composições. Percebe-se, com essa última informação, a oportunidade de melhoria nos processos de gestão das rodas, uma vez que o não registro das composições fragiliza a defesa dos direitos autorais dos artistas. Através das entrevistas, também descobrimos que as rodas gravam suas apresentações e as disponibilizam no *YouTube* ou alguma página do *Facebook*.

A triangulação dessas informações com as evidências encontradas em plataformas como *YouTube* e em redes sociais como *Facebook* confirmam a capacidade dos artistas independentes produzirem e distribuírem seus próprios conteúdos. Assim como visto por Graham et al (2004), que acreditam que os artistas depois do advento da internet têm mais facilidade de sozinhos produzir e distribuir suas músicas.

Ao questionarmos sobre a divulgação e geração de receita, a plataforma *Youtube* e o site da Rede foram classificados como os mais importantes canais digitais, porém a divulgação “boca a boca” e a mídia espontânea também foram avaliadas como determinantes pelas rodas de samba. No aspecto da receita, as rodas de samba classificam a arrecadação do bar e a sublocação de espaço para “barraquinhas de comidas e bebidas” como as principais fontes de receita. Dessa forma, podemos perceber que a produção independente da música depende sobremaneira das apresentações ao vivo para monetizarem suas atividades. Por esse motivo, a Rede Carioca de Rodas de Samba desempenha um papel muito importante de intermediação com o poder público para garantir o atendimento de todas as burocracias necessárias para as apresentações que acontecem em espaço público.

As respostas dos entrevistados, ao ser triangulada com o referencial teórico utilizado nessa pesquisa, confirma a tese de Anderson (2006) sobre a

possibilidade de conexão entre os artistas independentes e o público através das novas tecnologias de informação e comunicação via a perspectiva da cauda longa. As evidências da primazia da utilização dos canais digitais em detrimento de mídias físicas confirmam a informação dos entrevistados. Por outro lado, em relação ao “boca boca”, as rodas ainda consideram essa a melhor forma de comunicação de seus conteúdos e de suas apresentações.

A organização produtiva das rodas de samba que integram a Rede Carioca de Rodas de Samba confirma a viabilidade de diversos modelos de negócio na atual indústria da música. Como nessa pesquisa, o interesse está centrado no entendimento apenas dos artistas independentes, a partir do caso das rodas de samba articuladas em rede no Rio de Janeiro, pudemos perceber que mesmo nessa unidade de análise existe enorme variedade de modelos de negócio, os quais ficam evidentes através dos modelos de receita. Há diversas rodas de samba que não cobram ingresso, mas garantem a receita pela venda de bebidas; enquanto outras rodas possuem na cobrança de ingressos a principal fonte de receita. O interessante de notar foi a perda de importância da comercialização de fonogramas, elemento que foi o centro da indústria da música antes das transformações digitais, evidenciando que as rodas de samba, de fato, se inserem em uma nova lógica de organização produtiva.

O sentido de fazer música independente

Assim como a pesquisa abordou e procurou entender desde o início, perguntamos aos artistas quais são as principais vantagens para a roda de samba em fazer música independente, isto é, sem o auxílio de uma gravadora. Foi visto por Nakano e Leão (2009) que o modelo de negócio da indústria fonográfica mudou, de modo que indagamos os artistas sobre o sentido de “ser independente” na prática.

A liberdade para construir suas próprias identidades e de realizarem suas escolhas foi destacada por todas as lideranças das rodas, estimulando a diversidade das rodas de samba que possuem suas particularidades expressas em seus repertórios, nas letras das músicas e até

mesmo na maneira de dançá-las e interpretá-las. Após algumas conversas, foi possível entender que estar livre para tomar as próprias decisões, e levar seu “negócio” da maneira como eles se sentem confortáveis em fazer, é um diferencial em ser independente. Eles disseram que isso vale muito a pena, uma vez que lidando e contando apenas “consigo mesmo”, é a melhor maneira de adquirir experiência, assim como a parte de ganhar maior visibilidade/notoriedade por conta própria. “Ser independente é ser livre para ser original” foi o relato dado por um músico em conversa.

Visto essas vantagens apresentadas pelos artistas, foram perguntados a eles quais eram as desvantagens de ser um artista independente, quais as maiores dificuldades que eles enfrentam e, como resposta, os artistas disseram que a falta de verba para realizar eventos e a falta de verba para realizar uma divulgação paga são dois pontos cruciais. Outro ponto também ressaltado foi: a dificuldade que um artista autônomo tem de negociar com o poder público, pois é tudo muito burocrático. Além disso, arcar com os altos custos de mercadoria e de gravação também dificultam a vida de um artista independente.

Considerações finais

Ao definirmos como objetivo de pesquisa compreender as estratégias produtivas da produção independente de música no Rio de Janeiro frente às transformações estruturais da indústria da música provocadas pelo avanço da tecnologia digital desejávamos investigar como artistas independentes se realizavam profissionalmente sem o apoio de gestão, marketing e promoção das gravadoras. No atual contexto das tecnologias de comunicação e de informação digitais, existe a possibilidade da conexão direta entre artista e consumidor, mas como isso ocorre na prática? É claro que nenhum caso será capaz de explicar a totalidade, porém consideramos que, pelas especificidades culturais do Rio de Janeiro, o estudo da Rede Carioca de Rodas de Samba se apresentaria como um ótimo caso de investigação.

Em termos gerais, percebe-se que os artistas independentes precisam dividir o pensamento estratégico de suas atividades com pessoas dedicadas a tal fim, de modo que como a Rede desempenha tal função, os artistas ficam mais livres para dedicar à criação dos eventos. No caso da Rede, ficou evidente a sua importância como agente agregador e capaz de aumentar o poder de barganha das rodas frente aos demais agentes envolvidos no processo produtivo.

Conseguimos entender também que a participação na Rede Carioca de Rodas de Samba é fundamental para a vitalidade das rodas, uma vez que esta dá o suporte necessário para a articulação, o *networking* e a melhor divulgação do trabalho.

Apesar da liberdade criativa em ser um artista independente, existem inúmeras dificuldades em se fazer samba independente no Rio de Janeiro, desde problemas estruturais da cidade até a própria dificuldade em se organizar para realizar a interlocução com outros agentes interessados. Entretanto, verifica-se em todas as rodas de samba pesquisadas e também nas lideranças da Rede Carioca de Rodas de Samba, o compromisso com a cultura do Rio de Janeiro e com o fortalecimento do samba como uma manifestação cultural fundamental para a construção da identidade do morador do Rio de Janeiro. Os sambistas são não apenas amantes de música, carnaval e samba; eles são resistentes. Além disso, a cultura sambista carioca e brasileira ainda tem muito a acrescentar para a população. A geração de empregos, a geração de renda, a propagação da cultura e, acima de tudo, a história do samba, são as principais potencialidades do segmento. Naturalmente essa pesquisa ainda precisa ser aprofundada, pois a realidade da produção da música independente no Rio de Janeiro é muito dinâmica, especialmente no caso das rodas de samba, cujos palcos costumam ser espaços públicos da cidade. Outras pesquisas podem e devem ser realizadas com a Rede Carioca de Rodas de Samba, as quais a partir dos resultados desta pesquisa exploratória poderão ser de finalidade explicativa através da investigação causal de duas variáveis.

Referências

ANDERSON, Chris. **A cauda longa**: de mercado de massa para o mercado de nicho. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

BOECKEL, Cristina. Prefeitura cria mapa virtual das rodas de samba do Rio de Janeiro. **G1**, notícia, Rio de Janeiro, 16 ago. 2017. Disponível em: <<https://g1.globo.com/rio-de-janeiro/noticia/prefeitura-cria-mapa-virtual-das-rodas-de-samba-do-rio-de-janeiro.ghtml>>. Acesso em: 28 set. 2018.

CASTAÑO, Lorena Vitola. Internet: el más vanguardista y controvertible neoderecho humano. **Conhecimento & Diversidade**, Niterói, v. 7, n. 14, p. 38-45, jul./dez. 2015.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2002.

Graham, G.; Burnes, B.; Lewis, G.; Langer, J. The transformation of the music industry supply chain. **International Journal of Operations & Production Management**, v. 24, n. 11, 2004, p. 1087-1103. Disponível em: <<https://doi.org/10.1108/01443570410563241>>. Acesso em: 14 dez. 2017.

GRAND JÚNIOR, João. **Cultura, criatividade e desenvolvimento territorial na cidade do Rio de Janeiro**: o caso da rede carioca de rodas de samba. 2017. Tese (Doutorado em Geografia) – Instituto de Geociências, Programa de Pós-Graduação em Geografia, Universidade Federal do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2017.

LIMA, Ludmilla de. Pesquisa identifica no Rio cerca de cem rodas de samba de domingo a domingo. **Jornal O Globo**, Rio de Janeiro, 17 set. 2017. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/rio/pesquisa-identifica-no-rio-cerca-de-cem-rodas-de-samba-de-domingo-domingo-21833296>>. Acesso em: 28 set. 2018.

NAKANO, Davi; LEÃO, João. Música: a evolução da cadeia produtiva. In: BENDASSOLLI, Pedro; KIRSCHBAUM, Charles; PINA E CUNHA, Miguel; WOOD,

Thomaz. (Orgs). **Indústrias criativas no Brasil**. São Paulo: Editora Atlas S. A., 2009, p. 124 – 137.

PASSOS, Lorena. Novo fluxo da música digital: como as plataformas de streaming redefiniram o consumo musical. In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO NORTE, 14, 2015, Manaus. Anais... Manaus, AM: Portal Intercom, 2015, p. 1–15. Disponível em: <<http://www.portalintercom.org.br/anais/nordeste2015/resumos/R47-2636-1.pdf>>. Acesso em: 14 dez. 2017.

PREFEITURA DA CIDADE DO RIO DE JANEIRO. Decreto Rio n. 41.036, de 1 de dezembro de 2015. Dispõe sobre o Programa de Desenvolvimento Cultural Rede Carioca de Rodas de Samba. **Diário Oficial do Município do Rio de Janeiro Rio de Janeiro**, Rio de Janeiro, ano XXIX, n. 176, p. 10, 2 dez. 2015. Disponível em: <http://smaonline.rio.rj.gov.br/legis_consulta/51252Dec%2041036_2015.pdf>. Acesso em: 28 set. 2018.

----- . Decreto Rio n. 43.423, de 17 de julho de 2017. Dispõe sobre os procedimentos de auto-rização de Rodas de Samba e dá outras providências. **Diário Oficial do Município do Rio de Janeiro Rio de Janeiro**, Rio de Janeiro, ano XXXI, n. 84, p. 7, 18 jul. 2017. Disponível em: <<http://doweb.rio.rj.gov.br/portal/visualizacoes/pdf/3479#/p:7/e:3479?find=43.423>>. Acesso em: 28 set. 2018.

REDE. No princípio era a roda. **Rede Carioca de Rodas de Samba**. Disponível em: <<http://vempraroda.org/>>. Acesso em: 25 jul. 2017.

SALLES, Denise Lopes. A relação entre participação política, instituições democráticas e cultura. **Conhecimento & Diversidade**, Niterói, v. 7, n. 14, p. 95–105, jul./dez. 2015.

WAINER, Daniel. Entre a música e a tecnologia: condições de existência e funcionamento da indústria fonográfica no séc XXI. **Comunicação e Sociedade**, Portugal, v. 31, p. 311–326, 2017.

YIN, Robert K. **Estudo de caso**: planejamento e métodos. Porto Alegre: Bookman, 2001.