



CULTURA



SALVE O COMPOSITOR

Moraes Moreira canta clássicos de Dorival Caymmi, Ary Barroso e Noel Rosa, em show de graça na Funarte.

SOM LIVRE/DIVULGAÇÃO

Artistas e bandas antecipam em sites canções que estarão em seus discos e ainda revelam bastidores das gravações. Estratégia ajuda a promover trabalho e a estreitar relação com fãs

TÃO LONGE, TÃO PERTO

LEONARDO AVERSA/DIVULGAÇÃO

ANA CLARA BRANT

Ainda não há data certa para o lançamento do oitavo disco da cantora e compositora Marisa Monte, mas os fãs dela já podem sentir um gostinho do que vem por aí. Isto porque no site oficial da artista (www.marisamonte.com.br) é possível acompanhar todas as etapas da gravação do álbum. Além de vídeos e teasers, Marisa lançou *Ainda bem*, uma das faixas que vão estar presentes no CD inédito. O caminho foi indicado pelo sempre antenado Gilberto Gil já em 2007, e foi ganhando nova configuração e ferramentas com o desenvolvimento das redes sociais. A estratégia também é a mesma seguida por Chico Buarque quando do lançamento do recente *Chico*. Além de mobilizar admiradores dos artistas, o modelo afeta os responsáveis pela criação dos sites, que precisam se reinventar a cada novo trabalho. Na era pós-CD, tudo que era sólido se espalhou pelas nuvens.

“Já faz uns quatro anos que alguns artistas mais antenados conseguiram perceber que podem depender menos das mídias tradicionais e potencializar seus projetos cuidando diretamente de suas relações com os fãs. Não se trata apenas de antecipar o trabalho, e sim de criar uma base de audiência própria e superfiel, que esteja disposta a comprar álbuns, ingressos para shows e produtos especiais, por exemplo, de forma direta, sem tantos intermediários”, comenta o jornalista especializado em tecnologia e música Christian Rôças, que é diretor geral da Grudaemmmim, agência responsável pelo conteúdo digital de vários músicos e bandas.

Segundo Christian, alguns artistas estão cansados dos formatos ‘old fashion’ dos lançamentos, outros já viram que a venda de álbum não traz resultado financeiro como os shows e, por isso, querem investir no relacionamento direto com o fã. “Há também o fato de os investimentos em mídia de TV, jornais e outros formatos tradicionais serem caros, e como as gravadoras passam por momento de menores investimentos, a internet é, sem dúvida, bem mais em conta do que as demais mídias. Você consegue resultados mais focados e efetivos com menos investimento. Até atinge menos gente, mas são pessoas realmente interessadas naquele artista, o que as transforma em potenciais compradores”, acredita.

“A internet atualmente é utilizada de uma maneira bem diferente. Tínhamos apenas uma rede social, que era o Orkut, e hoje temos várias

“

■ Bruno Natal, responsável pelo site de Chico Buarque

Além de acompanhar os bastidores das gravações, ouvir as músicas, conhecer as letras, baixar aplicativos, clipes e fotos, os admiradores de Marisa Monte podem fazer perguntas e até mesmo trocar ideias com a cantora. “O site é uma obra em construção. Vai ganhando conteúdo conforme ele for sendo lançado. Atualmente, tem vídeos especiais que vão dando teasers de como será o novo trabalho. Há ainda canais de diálogo direto do fã com a Marisa. Ela responde pessoalmente às perguntas no link *Procure saber* e está viciada no Facebook”, revela Christian Rôças.

BASTIDORES Marisa Monte seguiu o exemplo bem-sucedido de Chico Buarque, utilizando profissionalmente a internet para começar a criar expectativa para o lançamento de seu próximo disco. Em junho, Chico colocou no ar o site www.chicobastidores.com.br. Os admiradores do cantor e compositor carioca tiveram acesso ao conteúdo exclusivo relacionado às gravações do disco *Chico* e puderam ver vídeos e fotos inéditas contando um pouco da história do novo álbum e dos bastidores da produção.

Segundo Bruno Natal, responsável pela concepção, conteúdo e estratégia on-line do site, a intenção era criar um interesse maior pelo disco e, apresentando todos os passos da produção do álbum, poderia gerar um novo entendimento por parte dos fãs. “Por meio de todas aquelas discussões que foram produzidas, os vídeos mostrando os bastidores, a pessoa passa a enxergar o CD de uma outra maneira. Quando *Chico* fosse lançado, os fãs teriam criado uma relação estreita com o trabalho, podendo aproveitar o disco com um entendimento maior do processo”, declara.

O retorno e a repercussão do projeto foram estrondosos, assim como tudo que envolve Chico Buarque. De acordo com a as-

essoria do artista, em um mês de pré-lançamento (de 20 de junho a 20 de julho) foram vendidos 8 mil CDs por meio do site *Chicobastidores*, que contabilizou 291 mil page views nesse período. A apresentação que Chico fez com João Bosco via web no dia 20 de julho entrou no trend topics do Twitter Brasil e também no trend topics geral, que agrega os dados do mundo todo.

Somente essa apresentação teve 15 mil visualizações simultâneas (pessoas assistindo ao mesmo tempo) e 147 mil acessos ao longo da transmissão. “Fizemos um trabalho inédito. A internet atualmente é utilizada de uma maneira bem diferente da de quatro anos atrás, por exemplo, quando cheguei a participar do outro disco do Chico. Tínhamos apenas uma rede social praticamente, que era o Orkut, e hoje temos várias e que são muito utilizadas. Aproveitamos isso no projeto e foi bem interessante”, avalia Bruno Natal.

CANAL DIRETO Marisa Monte e Chico Buarque não são os únicos artistas a descobrirem as vantagens da internet. O diretor geral da Grudaemmmim, Christian Rôças, conta que o primeiro trabalho nesse sentido foi com Gilberto Gil, na turnê *Banda larga cordel*, em 2007. Segundo Christian, o cantor e compositor baiano sentia que aquele era o momento de discutir questões como direito autoral, web 2.0, cultura digital e redes de compartilhamento e, por isso, a agência estruturou toda a vida digital de Gil e o aproximou ainda mais dos seus admiradores.

“É muito interessante ver que vários artistas que experimentam um canal direto e verdadeiro com seus fãs conseguem conhecê-los melhor. O resultado fica mais verdadeiro. Ele passa a escutar de forma clara e direta o que seu público está sentindo sobre o trabalho”, avalia. Para Christian, por meio da tecnologia e da interatividade, o artista fica sabendo mais sobre o perfil de quem o admira e onde há mais acesso, informações que permitem cruzar dados e montar a base dos fãs que irão comprar seus produtos mais rápido. “Só há ganho nessa relação. Não há por que não seguir por esse caminho do diálogo franco e direto”, destaca.

NA REDE

• Chico Buarque: www.chicobastidores.com.br
• Marisa Monte: www.marisamonte.com.br



Marisa Monte já lançou faixas do próximo disco em seu endereço eletrônico, onde mantém contato com o público

DARYAN DORNELLES/DIVULGAÇÃO



Site de Chico Buarque registrou recordes na fase de pré-lançamento do novo disco do cantor e compositor

“Como as gravadoras passam por momento de menores investimentos, a internet é, sem dúvida, bem mais em conta do que as demais mídias

“

■ Christian Rôças, diretor da Grudaemmmim