
Proposta Para a Investigação Netnográfica de Grupos de Fãs de Trilha Sonora de Telenovela em *Websites* de Redes Sociais¹

Johan Cavalcanti VAN HAANDEL²
Universidade de Aveiro, Portugal

RESUMO

A trilha sonora de telenovela brasileira é lançada em disco desde a década de 1960, possuindo fãs que atualmente reúnem-se em *websites* de redes sociais, nos quais interagem sobre este tipo de produto, gerando ações com a produção de informação, a interação entre membros e a remixagem de conteúdo. O objetivo desta presente investigação é divulgar uma proposta para a investigação netnográfica de grupos de fãs de trilha de telenovela em *websites* de redes sociais, que deve seguir os procedimentos para uma netnografia ética, apresentando quatro grupos de ações: definições conceituais que proporcionem a base para a realização da investigação; a recolha dos dados; a análise dos dados e a divulgação dos resultados.

PALAVRAS-CHAVE: Indústria fonográfica brasileira; Telenovela; Netnografia.

INTRODUÇÃO

A telenovela apresenta uma história mais ou menos longa, criada por um ou mais autores, partindo de uma ideia ou fio condutor, representada por atores, configurando-se em diversos gêneros como romance, drama e comédia, a qual se transmite por linguagem e recursos de televisão (PALLOTTINI, 2012; BRIZOLA; MATTES, 2016). No Brasil é irradiada diariamente desde 1963, tendo como principal produtora a Rede Globo.

Um dos elementos inseridos em cada capítulo da telenovela é a música, que é utilizada para ajudar a contar a história. De acordo com Faria (2012, p.117) o uso da música na telenovela já foi iniciado com a utilização do seu potencial dramático, com uma busca da integração entre letra e melodia com o enredo da trama produzida. Para Daniel Filho (2003, p.326) a música reflete um belo sentimento ou um estado d'alma, devendo ser utilizada para remeter imediatamente uma situação ou uma emoção. Podemos afirmar que para a música nacional inserida na telenovela há uma maior

¹ Trabalho apresentado no GP Rádio e mídia sonora, XXI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 44º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Johan Cavalcanti van Haandel é doutor em Informação e comunicação em plataformas digitais pela Universidade de Aveiro e Universidade do Porto, mestre em Comunicação e semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo e bacharel em Arte e mídia pela Universidade Federal de Campina Grande. E-mail: j.haandel@ua.pt.

integração entre música, letra e enredo, já para a música internacional a integração maior é entre a melodia e o sentimento buscado na cena apresentada, como, por exemplo, um clima de romance.

A música é um dos elementos da trilha sonora, termo o qual Berchmans (2016, p.15) afirma que “tecnicamente representa todo o conjunto sonoro de um filme. [...] Frequentemente, usa-se o termo para descrever a coletânea de canções que tocam em um filme (ou em novelas, seriados, documentários etc.)”. No caso da telenovela brasileira, suas músicas, a partir da década de 1960, passaram a ser lançadas em disco, produzidos e comercializados por diferentes gravadoras.

O disco com as músicas inseridas em uma telenovela apresenta-se como uma compilação, que reúne as músicas inseridas nos capítulos da trama exibida, as quais muitas vezes são veiculadas repetidamente para um determinado personagem, o que cria um vínculo da música com a personagem, em um processo de associação que é baseado no *leitmotiv* desenvolvido por Richard Wagner, porém associando uma canção à uma personagem (BRYAN; VILLARI, 2014, p.27).

Há telespectadores que gostam e colecionam este tipo de disco. Eles estão inseridos dentro de um universo maior, que é o dos fãs de telenovelas. Os *websites* de redes sociais, como Orkut, You Tube e Facebook, permitiram que estas pessoas pudessem se reunir virtualmente em grupos, nos quais discorrem sobre suas preferências. Greco (2017, p.899) afirma que hoje

a telenovela repercute no ambiente das redes sociais por meio de processos de transmidiação, oriundos tanto da produção quanto da recepção. Diversas modalidades de produção de conteúdo são exploradas, como *memes*, *fan fictions*, *fan videos* e outras tantas que surgem a cada dia. O compartilhamento das práticas de recepção e produção de sentido proporciona uma pluralidade de pontos de vista sobre a telenovela, em relação a personagens, roteiro, cenas específicas ou mesmo trilha sonora.

Em relação às trilhas sonoras, os fãs dentro das redes debatem suas preferências, apresentam críticas, elogios ou curiosidades, informam a outros usuários curiosidades sobre as trilhas sonoras ou mesmo sobre as telenovelas, remixam imagens e sons e apresentam a outros usuários, entre outras ações.

O objetivo deste presente trabalho é divulgar uma proposta para a investigação netnográfica de grupos de fãs de trilha de telenovela em *websites* de redes sociais, em que

se apresenta o fenômeno das interações virtuais de fãs de trilhas sonoras de telenovela em grupos que se reúnem em *websites* de redes sociais e propõe-se uma metodologia, baseada na netnografia, para a investigação destas interações. É um fenômeno com pouca investigação, mas que existe há mais de uma década e que tem reflexos nos grupos relacionados ao tema (como os que debatem as telenovelas ou a televisão brasileira) e implicações socioeconômicas (como, por exemplo, a compra e venda de discos de trilhas sonoras de telenovelas).

O UNIVERSO DOS FÃS DE TRILHA SONORA DE TELENOVELA

Segundo Recuero (2011, p.116), “o surgimento da Internet proporcionou às pessoas a possibilidade de difundir as informações de forma mais rápida e mais interativa. Tal mudança criou novos canais e, ao mesmo tempo, uma pluralidade de novas informações circulando nos grupos sociais”. Silveira (2019, p.247) afirma que “antes da internet, o difícil era falar. No mundo da internet, o difícil é ser ouvido. Uma economia da difusão foi suplantada pela economia da atenção”. Por meio das plataformas digitais das redes de mídia social os fãs de trilhas sonoras de telenovelas que possuíam mínimas habilidades técnicas puderam criar conteúdos e difundi-los de maneira independente.

Os fãs participantes estão entre os primeiros adeptos das tecnologias de informação e comunicação (BURY, 2016, p.628), o que incluiu também os *websites* de redes sociais, desenvolvidos a partir da década de 2000, como Orkut, MySpace, Facebook, Twitter e You Tube. Por outro lado, a possibilidade de participação do público em geral foi absorvida pelos grupos midiáticos “incorporando as próprias estratégias que lhes ameaçavam: *user-generated content*, serviços de comentários, retuítes, enquetes, blogs e todo sabor de ‘redes sociais’. [...] O que se observa [...] é o incremento progressivo de ações de recirculação” (PRIMO, 2013, p.22-23).

Silveira (2019, p.248-249) afirma que as redes sociais *online*

concentraram atenções que estavam dispersas nas malhas de redes distribuídas. [...] São estruturas verticais, centralizadas, operadas por algoritmos com o objetivo de fidelizar seus usuários e mantê-los a maior parte do tempo conectados e interagindo dentro de seus limites.

Greco (2017, p.899) afirma que nas redes “as pessoas falam sobre a novela de forma espontânea e com intimidade. Compartilham anseios e opiniões que podem carregar significados importantes para a compreensão de determinados conceitos no senso comum”. Afirmamos que o mesmo ocorre em relação às trilhas sonoras de telenovelas.

Bury (2016, p.635) argumenta que o *fandom* participativo tem como premissa a conexão e construção de comunidade com pessoas com interesses semelhantes, em que a maioria não se conhece e apresenta o texto da mídia como elemento vinculante, não as relações anteriores. Pela ligação que as mídias sociais propiciam e pelos gostos em comum os fãs de trilhas de telenovelas reúnem-se para falar sobre as atuais trilhas e, principalmente, as trilhas do passado. Um sentimento de nostalgia é muito forte nestes grupos, em que são celebradas principalmente as seleções musicais feitas pelo produtor Sérgio Motta, que fez o trabalho de seleção musical de fonogramas internacionais para a Som Livre entre 1982 e 1997.

Neste universo de saudosismo os antigos discos de trilhas sonoras de telenovelas tornam-se parte do que é chamado de mercado da nostalgia, entendido por Ribeiro (2018, p.2) como “comercialização de objetos e narrativas que, de uma forma emocional e afetiva, remetem ao passado, seja como referência histórica e cultural, como espaço de experiência ou apenas como modelo estético”. A interação entre os membros dos grupos permite a divulgação de discos para troca ou venda, o que traz uma dimensão econômica e que também se apresenta como um fenômeno cultural (RIBEIRO, 2018, p.11).

Um dos pontos negativos da interação entre os fãs são as discussões que, às vezes, tornam o ambiente virtual tumultuado. Podemos incluir este problema no que Silveira (2019, p.251) afirma ser a crise do ideal da participação, em que usuários que participam da discussão não necessariamente são portadoras de ética democrática ou defendem a diversidade e direitos humanos. Por exemplo, problemas com a criação de perfis *fake* para insultar demais membros ocorreram em grupos do Orkut na virada da década de 2000 para a década de 2010.

Podem ser observados três grandes grupos de ações no âmbito dos fãs de trilha sonora de telenovela: a inserção de dados relativos ao disco da telenovela, a interação entre os membros do grupo sobre o disco e a música na telenovela e a remixagem de conteúdo relativo à trilha sonora da telenovela, com ações que podem ser observadas na tabela a seguir.

Tabela 1: Ações no âmbito dos fãs de trilha sonora de telenovela

Ação	Detalhamento da ação
Inserção de dados	Inserção do título das músicas e nome dos artistas das faixas do disco da telenovela
	Inserção de fotos da capa da trilha sonora da telenovela
	Inserção de datas de início e término da telenovela
	Inserção do índice de audiência da telenovela
	Inserção de informações sobre a produção de telenovela e sobre bastidores da trama
	Inserção do vídeo com o spot de TV original do disco da telenovela
Interação entre fãs	Comentário sobre a associação entre música e personagem na telenovela
	Comentário sobre a inserção de determinada música na telenovela
	Comentário sobre a não-inserção de determinada música na telenovela
	Comentário sobre a capa do disco da telenovela
	Comentário sobre o conteúdo do <i>spot</i> de TV do disco da telenovela
	Comentário sobre curiosidades sobre o disco com a trilha sonora da telenovela
	Comentário sobre enredo e personagens da telenovela
	Criação de enquete para membros votarem suas preferências sobre trilha sonora de telenovela
Remixagem de conteúdo	Criação de capa fictícia de disco com a trilha sonora de telenovela
	Recriação de capa existente de disco com a trilha sonora de telenovela
	Criação de seleção musical para disco inexistente de uma telenovela
	Inserção de música no vídeo com os créditos finais de capítulo de telenovela
	Criação de vídeo com spot de TV fictício para disco com trilha sonora de telenovela

Autor: Johan Cavalcanti van Haandel

As ações inscritas na tabela anterior foram compiladas a partir de observação participante de vários grupos de fãs de trilhas de telenovela que o autor participa durante os últimos nove anos (o autor já participava destes grupos desde 2005, incluindo os existentes no Orkut e Facebook, os quais incluem as postagens feitas em plataformas como o You Tube, que serve como recurso audiovisual para exibir determinado conteúdo). As ações nos grupos observados são mais diversas, mas foram generalizadas para facilitar a investigação do fenômeno. Esta generalização foi desenvolvida a partir de indicadores obtidos por meio da desconstrução de conceitos do modelo proposto por Quivy e Van Campenhoudt (2008), no qual a partir de conceitos são obtidos dimensões, componentes e indicadores. Com estes últimos podemos catalogar e analisar o fenômeno, facilitando a investigação do objeto.

A ação de inserção dos dados relaciona-se à inserção de informações sobre a telenovela, como data de início e término da trama, data de lançamento do disco da trilha sonora da telenovela e inserção de registros visuais do disco da telenovela e do vídeo do *spot* de TV original da trilha sonora.

Entre as ações de interação entre fãs estão os comentários que trazem a associação de músicas à determinadas personagens, que podem gerar algumas discussões, pois alguns membros podem não concordar com a classificação feita (como, por exemplo, a

música ser citada como tema de um casal e outro membro afirmar que a música é tema apenas de um deles). Outra ação de interação bastante comum é a reclamação pela não inserção da música do disco da telenovela nos capítulos da obra, o que gera uma grande frustração nos membros (como, por exemplo, a não inserção da canção *No one* da cantora Alicia Keys nos capítulos da telenovela *Duas caras*). Outros pontos de crítica são a repetição de uma música icônica de uma telenovela em outra telenovela e a inserção de um sucesso do momento no disco da trilha sonora da telenovela o qual não é inserido nos capítulos da trama. No caso das enquetes há opções de votação para saber qual o melhor disco de telenovela de determinado período ou qual a melhor música de um disco com a trilha sonora de telenovela. É importante ressaltar que as discussões feitas tanto são sobre obras veiculadas no presente, quanto obras irradiadas no passado. Quando estas obras antigas são reexibidas geram um aumento do engajamento nas postagens sobre a trilha sonora da telenovela.

No caso interação entre os fãs de trilhas sonoras de telenovelas, não só as músicas e discos são objetos de discussão, mas também as capas dos discos, seja por suas fotos alusivas à conceitos da telenovela, ou com atores travestidos das personagens que interpretam na trama, ou a ligação do que foi inserido como imagem na capa e a relação com a trama apresentada (como, por exemplo, a capa do CD *Em família - Internacional*, no qual o casal retratado teve breve relacionamento na trama apresentada), ou demais curiosidades inerentes à embalagem do disco.

No caso das ações de remixagem a mais comum é a recriação de capas, tanto para discos existentes quanto para discos criados pelos próprios fãs. Outra prática comum é a criação de uma seleção musical para a telenovela, tanto substituindo a seleção original, quanto criando uma seleção para um disco inexistente. A prática de criar listas de repertório fictício levou a criação de capas para este repertório, em que as listas mais comuns são feitas para as telenovelas urbanas que não tiveram trilhas sonoras internacionais ou para telenovelas que exibiram músicas internacionais em seus capítulos, mas não teve disco de trilha sonora internacional lançado comercialmente, como, por exemplo, para a obra *Escrito nas estrelas*, exibida em 2010. Há também a reformulação da seleção musical de uma trilha sonora lançada comercialmente, com a troca de músicas nas novas listas, como, por exemplo, o repertório do disco *O mapa da mina - Internacional*, em que algumas das sete músicas do catálogo da Som Livre inseridas são substituídas por sucessos da época lançados por outras gravadoras.

ENQUADRAMENTO METODOLÓGICO

Os grupos de fãs de trilhas sonoras de telenovelas em *websites* de redes sociais (como, por exemplo, Facebook ou You Tube) envolvem os elementos das redes sociais na Internet, os atores e as conexões, incluindo interações, relações, laços sociais e capital social; e suas dinâmicas, como cooperação, auto-organização, adaptação e agregação (RECUERO, 2011). Para a sua investigação deve-se seguir um método que possibilite a recolha, a análise e a interpretação dos dados.

Existem diversos métodos para a investigação de interações virtuais em *websites* de redes sociais, como grupo focal *online*, análise de rede social (que pode vir junto com a etnografia), análise de conversação e entrevista em profundidade (FRAGOSO; RECUERO; AMARAL, 2012, p.50). Propomos a utilização da netnografia, que possibilita combinar diferentes técnicas de recolha e análise de dados, e que deve obedecer aos procedimentos para uma netnografia ética, que de acordo com Kozinets (2014, p.138-146) são: (1) Identificação e informação aos membros do grupo sobre a investigação e sua finalidade; (2) Solicitação das permissões adequadas; (3) Obediência dos termos de uso ou termos de serviço de *websites* comerciais; (4) Obtenção de consentimento do usuário em interação ou intervenção, verificando se o usuário é adulto, membro de população vulnerável ou se sofre risco com a divulgação da pesquisa; e (5) Decisão sobre a citação, anonimização ou créditos dos participantes deve ser feito pelo pesquisador e seu órgão regulador antes da realização do processo netnográfico, em um processo que deve ter as seguintes considerações éticas: (a) Proteção dos membros vulneráveis que podem ser colocados em risco pela exposição dos dados da pesquisa; (b) Observação das qualidades acessíveis dos dados publicados na Internet; e (c) Creditação os membros da comunidade pelo seu trabalho criativo e intelectual.

Aliada às práticas propostas por Kozinets, devemos observar algumas linhas de procedimentos de pesquisa etnográfica expostas por Boyd (2009, p.26-30), como a leitura de outras pesquisas etnográficas para entender como os investigadores procederam em suas pesquisas; a iniciação de uma investigação focando em alguma cultura (por exemplo, o universo do fandom das trilhas sonoras de telenovelas); a ida à campo com observação de documentos, coleta de dados, questionamento dos fenômenos e análise da cultura investigada, sem nenhum fetiche; e a compreensão que a construção de fronteiras é um

processo social, em que fronteiras do projeto emergem quando o investigador estabelece quais questões devem ser fixadas com base em padrões de dados e observações.

Antes da recolha dos dados deve-se estipular as questões da investigação e o estabelecimento de conceitos gerais, que devem ser desmembrados em dimensões e componentes, até a obtenção de indicadores, que possibilitem a recolha de dados apropriada, sendo fundamental um mapeamento dos grupos que são característicos do tema investigado e a seleção de alguns destes grupos para o processo netnográfico, (cf. QUIVY; VAN CAMPENHOUDT, 2008).

As técnicas de recolha de dados devem envolver a observação participante e não participante, a aplicação de questionário e a realização de entrevistas com membros ativos dos grupos analisados. Na observação não participante apenas observa-se o grupo sem interferir em sua dinâmica, enquanto na observação participante “o observador incorpora-se de forma natural ou artificialmente no grupo ou comunidade estudada, sendo que se considera incorporação natural quando o investigado já é elemento do grupo investigado [...]” (FREIXO, 2012, p.224-225). Estas técnicas de observação permitem recolha direta dos dados. Propõe-se que a técnica da observação não participante seja feita antes da participante, porém desde o início avisando ao grupo que há um investigador analisando suas ações. As outras duas técnicas de recolha de dados, o questionário e a entrevista, permitem a recolha indireta dos dados. Propõe-se que o questionário seja disponibilizado para todos os membros de grupos de fãs de trilha sonora de telenovela em *websites* de redes sociais e que a entrevista seja feita com alguns de seus membros.

Após a recolha dos dados, deve ser realizada a análise dos dados, que fornece “ao investigador[a] distanciação indispensável em relação ao que é dito para chegar a reconstruir o que é” (ALBARELLO, 2005, p.63) e a interpretação dos dados, em que discute-se o que foi analisado. Martino (2018, p.141, grifo do autor) afirma que “para tornar a realidade observável, precisamos convertê-la em *códigos* que possam ser compreendidos pelos sentidos e *armazenados* para seu estudo e compreensão”. A partir dos dados oriundos dos indicadores obtidos na desconstrução dos conceitos podemos observar o fenômeno observado, podendo catalogar e analisar estes dados, facilitando a investigação do objeto.

Em relação à análise dos dados, há diferentes técnicas para a sua realização, as quais podem ser quantitativas ou qualitativas (cf. QUIVY; VAN CAMPENHOUDT, 2008). Ao final do processo investigativo deve-se redigir e apresentar os dados

interpretados, que trazem os resultados da investigação e/ou suas implicações teóricas e/ou práticas (KOZINETS, 2014, p.63).

APLICAÇÃO DA PROPOSTA METODOLÓGICA

A recolha dos dados da pesquisa netnográfica pode ser feita por uma série de métodos. A presente proposta propõe a utilização da netnografia para investigar grupos de fãs de trilhas sonoras de telenovelas em websites de redes sociais. A netnografia, como metodologia que possibilita a observação das relações entre usuários em universos virtuais em um determinado período, permite a combinação de diversas técnicas de recolha de dados para a obtenção de informações relevantes para a análise do fenômeno. A recolha deve estar condicionada à procedimentos éticos para a obtenção e divulgação da informação (KOZINETS, 2014).

Por meio do método netnográfico é proposta a utilização de diferentes técnicas de recolha de dados, realizadas de maneira conjunta, que podem ser vistas na tabela abaixo.

Tabela 2: Fluxograma de ações que devem ser realizadas na aplicação de técnicas de recolha de dados

Técnica de recolha de dados	Descrição das ações a serem realizadas
Observação não participante	O investigador entra no terreno e observa o fenômeno.
Observação participante	O investigador, já dentro do terreno, participa para obter dados não obtidos na técnica anterior.
Aplicação de questionário	Aberta à totalidade dos membros dos grupos analisados.
Realização de entrevista	Restrita à alguns usuários do sítio online investigado, como alguns usuários comuns, que podem fornecer dados sobre práticas de comunicação adotadas, e moderadores, que podem fornecer dados relativos à manutenção, organização, dinâmica do grupo, além de informações sobre bastidores, que não podem ser obtidos pela simples visualização das ações.

Autor: Johan Cavalcanti van Haandel

Sugerimos que a primeira das ações para a recolha dos dados seja a observação não participante, para que seja possível reconhecer o terreno e os atores que serão observados.

Recomenda-se que no início da investigação seja feito um fluxograma das ações que serão desenvolvidas durante os trabalhos de recolha, análise e divulgação dos dados. O fluxograma proposto, que pode ser observado a seguir, baseia-se em Kozinets (2014) e Quivy e Van Campenhoutd (2008).

Tabela 3: Fluxograma de ações em pesquisa netnográfica sobre interações de fãs de trilha sonora de telenovela em *websites* de redes sociais

Ações a serem realizadas	Descrição das ações a serem realizadas
Primeiro grupo de ações	(1) Definição da questão da investigação; (2) Definição de conceitos e sua desconstrução em dimensões, componentes e indicadores, seguindo modelo de Quivy e Van Campenhoudt (2008); (3) Observação de sítios <i>online</i> em que ocorrem relevantes interações entre fãs de trilhas sonoras de telenovelas. (4) Seleção dos sítios <i>online</i> em que ocorrem relevantes interações entre fãs de trilhas sonoras de telenovelas e de usuários dos referidos sítios para futura entrevista.
Segundo grupo de ações	Aplicação de técnicas de recolha de dados: Observação não participante (com imersão na comunidade), observação participante (feita em seguida, com envolvimento com os membros), em que na aplicação da segunda técnica deva ocorrer a aplicação de questionário e a realização de entrevista. Todas as técnicas de recolha devem obedecer a procedimentos éticos.
Terceiro grupo de ações	Aplicação de técnicas para a análise dos dados recolhidos. Técnica qualitativa deve ser utilizada para os dados oriundos das observações e da entrevista e técnica quantitativa deve ser utilizada para os dados oriundos do questionário.
Quarto grupo de ações	Redação dos dados analisados, com relatos dos resultados, a apresentação de uma generalização sobre o fenômeno observado e possíveis implicações teóricas e/ou práticas.

Autor: Johan Cavalcanti van Haandel, baseado em Kozinets (2014), Quivy e Van Campenhoudt (2008) e Van Haandel (2019)

A partir da desconstrução dos conceitos e a obtenção de indicadores é possível o desenvolvimento do guia de observação, para que seja possível a recolha dos dados; desta forma, cada indicador apresenta algo do conceito que pode ser recolhido e mensurado (cf. QUIVY; VAN CAMPENHOUDT, 2008).

Sugerimos que os conceitos sejam as ações que acontecem nas interações entre os fãs de trilhas sonoras de telenovelas (vistas na tabela 1), para que cada indicador possibilite a recolha de cada dado das ações realizadas, envolvendo, desta forma, todas as práticas interativas realizadas no fandom. Por exemplo, a partir do conceito de remixagem, podemos desconstruí-lo em dimensão (por exemplo, imagética, sonora ou audiovisual), em componentes (por exemplo, para a dimensão imagética podemos ter como componentes novas capas para trilhas sonoras existentes ou capas para trilhas sonoras inexistentes) para ter como indicador a imagem da capa da telenovela, a qual, na análise dos dados, é observada e classificada a partir de categorização desenvolvida *a priori*.

Em relação às ações da pesquisa do fandom, é proposta a realização de quatro grupos de ações, como pode ser observado na tabela 2. Cada grupo de ação relaciona-se

metodologicamente com definições conceituais, recolha de dados, análise dos dados e divulgação dos resultados.

O primeiro grupo de ações relaciona-se com as definições conceituais que balizam todas as ações da investigação. Este grupo de ações deve ter quatro passos: (1) O desenvolvimento de uma pergunta de partida; (2) Definição dos conceitos básicos, que possibilitem enxergar o que acontece no real e sua desconstrução, determinando dimensões (recorte do conceito geral para um enfoque mais restrito), componentes (recortes do enfoque que permitem maior aproximação aos dados observáveis) e indicadores (dados que podem ser observados e medidos pelo investigador) (QUIVY; VAN CAMPENHOUDT, 2008); (3) Observação de sítios na Internet nos quais ocorre o fenômeno que a investigação visa compreender; (4) Seleção dos sítios relevantes para a observação do fenômeno. No caso da quarta ação o que é realizado é a definição da amostra, elemento considerado por Frago, Recuero e Amaral (2012, p.53) como um “subconjunto da realidade”, o qual nesta pesquisa se comporta como uma parcela não estritamente representativa, mas que apenas caracterize a população (cf. QUIVY; VAN CAMPENHOUDT, 2008).

O segundo grupo de ações relaciona-se com a recolha de dados e a utilização de técnicas que possibilitem esta recolha. Para Freixo (2012, p.220), a recolha de dados apresenta uma “representação de uma dada situação, no quadro de uma ação deliberada cujos objetivos foram claramente definidos e que dão garantias de validade suficientes”. Como a natureza da pesquisa é qualitativa, a investigação deve ter uma abordagem interpretativa, naturalista, que estude os fenômenos no campo onde ocorre (MANN; STEWART, 2000, p.201), podendo ser feita *on line*, obtidos com procedimentos de pesquisa qualitativa que empreguem métodos por e através da Internet (ORGAD, 2009, p.35). Sugere-se a utilização de quatro técnicas: (1) a observação não participante, na qual o investigador permanece fora da realidade investigada, realizando uma observação sem interferência ou envolvimento na situação, atuando como espectador (cf. FREIXO, 2012, p.224). É proposta a observação simples, também é chamada de observação reportagem, que apenas acompanha, no tempo, os fatos que ocorrem, sendo espontânea, informal e não planejada (cf. GIL, 1999, p.111); (2) a observação participante, na qual o próprio investigador é o instrumento principal de observação, podendo compreender o mundo social do interior, partilhando a condição humana dos indivíduos que observa, vivendo as ‘mesmas’ situações e os ‘mesmos’ problemas que os membros observados (cf.

LESSARD-HÉBERT; GOYETTE; BOUTIN, 1990, p.155); (3) o questionário, que traz questões apresentadas por escrito aos membros do grupo investigado, sendo do tipo auto aplicado, no qual o próprio inquirido insere os dados e envia ao investigador (cf. GIL, 1999, p.128), sendo aplicado de forma *online*; e (4) a entrevista, uma forma de interação social que apresenta um diálogo assimétrico, em que um lado deseja recolher informações e o outro as apresentam (cf. GIL, 1999, p.117-121). Sugere-se que ela seja o tipo semiestruturada, sendo composta por perguntas-guias relativamente abertas em que o entrevistador deve deixar o entrevistado falar livremente, sem deixá-lo fugir do assunto abordado (cf. QUIVY; VAN CAMPENHOUDT, 2008, p.192), sendo aplicada aos membros que mais interagem, fornecendo dados sobre a dinâmica das interações, e aos membros da moderação do grupo, fornecendo dados dos bastidores.

O terceiro grupo de ações relaciona-se com as técnicas de análise dos dados, em que logo após a escolha dos dados que serão interpretados são feitas três ações principais: a classificação, a codificação e a tabulação (cf. FREIXO, 2012, p.245). Há diferentes técnicas para a sua realização, tanto qualitativas quanto quantitativas. Propõe-se a utilização de duas técnicas: (1) Análise qualitativa dos dados para o que foi recolhido por meio da observação não participante, observação participante e entrevista, em que, nesta última, a codificação dos dados deve seguir as categorias criadas pelo investigador, que devem ser baseadas nos indicadores obtidos pela desconstrução dos conceitos da investigação (cf. QUIVY; VAN CAMPENHOUDT, 2008), atribuindo logo depois um símbolo para cada dado codificado, transformando a informação em elemento quantificável (cf. FREIXO, 2012); e (2) Análise estatística (quantitativa) para a os dados obtidos por meio de questionário. Após a aplicação destas técnicas há a interpretação dos dados, buscando-se generalizações dos dados analisados, resultando na escrita e divulgação dos resultados, sendo este o último grupo de ações da investigação.

Para a análise de conteúdo recomenda-se o uso da crítica histórica, que pode trazer a crítica interna do documento (quando se efetua uma leitura atenta do texto, com o objetivo de compreendê-lo com profundidade, realizando uma interpretação do texto) ou a crítica externa do documento (quando se examina os aspectos materiais do documento) (SAINT-GEORGES, 2005, p.42-43).

Em relação à análise estatística, Marconi e Lakatos (2001, p.109) afirmam que a determinação da fidedignidade dos dados, obtidos pelo seu grau de certeza, é muito importante, sendo a estatística um elemento essencial para a análise e a interpretação de

um número elevado de dados cuja visão geral pode ser incompreensível dada a sua complexidade.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Uma pesquisa netnográfica como esta proposta traz o registro de uma época do suporte digital, preservando, desta forma, o registro das interações realizadas. Ankerson (2011, p.384) afirma que apesar do suporte digital possibilitar cópias idênticas de um conteúdo, um grande desafio para a pesquisa de produtos da *web* é a escassez de dados preservados, o que torna, por exemplo, um *website* da década de 1990 ser mais difícil de ser encontrado do que um filme da década de 1920. Entre alguns problemas que podem ser observados estão domínios que foram vendidos ou abandonados ou *websites* que estão ativos mas que apresentam problemas como *links* quebrados, erros 404, códigos para antigos *browsers* que não conseguem mais serem lidos pelos atuais, entre outros. No caso do registro das interações que ocorrem entre redes sociais problemas podem vir de usuário que apagou a postagem ou que saiu da rede (o que faz todas as suas postagens serem apagadas) ou, até mesmo, o encerramento de redes, como ocorreu com o Orkut.

Esta proposta metodológica é o ponto de partida para a investigação de fandoms ligados às trilhas sonoras de telenovelas, podendo ser aplicada a qualquer fenômeno existente dentro deste universo, o que pode também oferecer contribuições para áreas com interfaces a este tema, como os estudos de televisão do Brasil e os estudos da indústria fonográfica do Brasil, além das dinâmicas socioeconômicas e culturais brasileiras. Caso as técnicas de recolha e análise dos dados não abarquem todo o fenômeno observado, sugere-se a adição de novas técnicas que possam mapear o todo investigado.

As ações interativas observadas no *fandom* das trilhas sonoras de telenovela também são observadas em grupos de fãs de discos, o que permite que esta proposta seja aplicada também para este *fandom*.

Devemos ressaltar que o mapeamento dos tipos de interações feitas pelos usuários tem que levar em conta que estas ações se desenvolvem não apenas pelo acesso aos elementos visuais-verbais e sonoro-verbais disponibilizados na Internet, mas também pela popularização de ferramentas que permitem a manipulação destes elementos e difusão para outros usuários. Acesso aos conteúdos e domínio cognitivo das tecnologias

também são fatores importantes na dinâmica das interações dos fãs de trilhas sonoras de telenovelas brasileiras nas redes sociais.

REFERÊNCIAS

ALBARELLO, L. Recolha e tratamentos quantitativos dos dados de inquéritos. In: ALBARELLO, L. [et al.] *Práticas e métodos de investigação em ciências sociais*. 2ª ed. Traduzido do francês por Luísa Baptista. Lisboa: Gradiva, 2005. P.48-83.

ANKERSON, M. S. Writing web histories with an eye on the analog past. *New media & society*. Vol.14, n.3, 2011. P.384-400. Disponível em <http://nms.sagepub.com/content/14/3/384>

BERCHMANS, T. *A música do filme: tudo o que você gostaria de saber sobre a música de cinema*. 5ª Ed. São Paulo: Escrituras Editora, 2016

BOYD, D. Question one: How can qualitative Internet researchers define the boundaries of their projects? A response to Christine Hine. In: MARKHAM, A. M.; BAYM, N. K. (Org.) *Internet inquiry: Conversations about method*. Thousand Oaks: SAGE Publications, 2009. P.26-32.

BRIZOLA, M. B.; MATTES, M. G. O que é autor de telenovela? *Comunicação & educação*. Vol. XXI, n.2, Jul./Dez.2016. P.59-67. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/comueduc/article/view/97686/120932>

BRYAN, G.; VILLARI, V. *Teletema: volume I 1964-1989. A história da música popular através da teledramaturgia brasileira*. São Paulo: Dash, 2014

BURY, R. Technology, fandom and community in the second media age. *Convergence: The international journal of research into new media technologies*. Vol.23, n.6, 24 Mai. 2016. P.627-642. Disponível em <https://doi.org/10.1177/1354856516648084>

FARIA, P. O papel da música na TV: dos programas de auditório às telenovelas. In: BRANDÃO, C.; COUTINHO, I.; LEAL, P. R. F. (Orgs.) *Televisão, cinema e mídias digitais*. Florianópolis: Insular, 2012. (Série Comunicação audiovisual, 1) P.109-128.

FILHO, D. *O circo eletrônico: fazendo TV no Brasil*. 2ª Ed. Rev. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

FRAGOSO, S.; RECUERO, R.; AMARAL, A. *Métodos de pesquisa para internet*. Porto Alegre: Sulina, 2012. (Coleção Cibercultura)

FREIXO, M. J. V. *Metodologia científica*. Fundamentos, métodos e técnicas. 4ª ed. Lisboa: Instituto Piaget, 2012.

GIL, A. C. *Métodos e técnicas de pesquisa social*. 5ª ed. São Paulo: Atlas, 1999.

GRECO, C. Noveleiros on-line: como os fãs podem transformar uma novela em cult. *Palavra chave*, Vol.20, n.4. Dez. 2017. P.884-916. Disponível em <https://palavraclave.unisabana.edu.co/index.php/palavraclave/article/view/884?source=/index.php/palavraclave/article/view/884>

KOZINETS, R. V. *Netnografia: realizando pesquisa etnográfica online*. Traduzido do inglês por Daniel Bueno. Porto Alegre: Penso, 2014

LESSARD-HÉBERT, M.; GOYETTE, G.; BOUTIN, G. *Investigação qualitativa: Fundamentos e práticas*. Traduzido do francês por Maria João Reis. Lisboa: Instituto Piaget, 1990.

MANN, C.; STEWART, F. *Internet communication and qualitative research*. A handbook for researching online. Londres: SAGE Publications, 2000.

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. *Metodologia do trabalho científico: procedimentos básicos, pesquisa bibliográfica, projeto e relatório, publicações e trabalhos científicos*. 6ª ed. São Paulo: Atlas, 2001.

MARTINO, L. M. S. *Métodos de pesquisa em comunicação: projetos, ideias, práticas*. Petrópolis: Vozes, 2018.

_____. *Teoria das mídias digitais*. 2ª Ed. Petrópolis: Vozes, 2015.

ORGAD, S. Question two: How can researchers make sense of the issues involved in collecting and interpreting online and offline data? In: MARKHAM, A. M.; BAYM, N. K. (Org.) *Internet inquiry: Conversations about method*. Thousand Oaks: SAGE Publications, 2009. P.33-53.

PALLOTTINI, R. *Dramaturgia na televisão*. 2ª Ed. São Paulo: Perspectiva, 2012. (Debates; 325)

PRIMO, A. Interações mediadas e remediadas: controvérsias entre as utopias da cibercultura e a grande indústria midiática. In: PRIMO, A. (Org.) *A internet em rede*. Porto Alegre: Sulina, 2013. P.13-32.

QUIVY, R.; VAN CAMPENHOUDT, L. *Manual de investigação em ciências sociais*. Traduzido do francês por João Minhoto Marques, Maria Amália Mendes e Maria Carvalho. 5ª Ed. Lisboa: Gradiva, 2008.

RECUERO, R. *Redes sociais na Internet*. 2ª Ed. Porto Alegre: Sulina, 2011. (Coleção Cibercultura)

RIBEIRO, A. P. G. Mercado da nostalgia e narrativas audiovisuais. *Revista da associação nacional dos programas de pós-graduação em comunicação - E-compós*. 2018. Disponível em <https://doi.org/10.30962/ec.1491>

SAINT-GEORGES, P. Pesquisa e crítica das fontes de documentação nos domínios económico, social e político. In: ALBARELLO, L. [et al.] *Práticas e métodos de investigação em ciências sociais*. 2ª ed. Traduzido do francês por Luísa Baptista. Lisboa: Gradiva, 2005.

SILVEIRA, S. A. A internet em crise. In: SADER, E. (Org.) *E agora, Brasil?* Rio de Janeiro: UERJ; LPP, 2019. P.245-263.

VAN HAANDEL, J. C. Proposta metodológica para estudo netnográfico de grupos de fãs de trilha de telenovela no Facebook. *Brazilian journal of technology, communication and cognitive science*. Vol.7, n.2, Dez. 2019. P.1-12. Disponível em http://www.revista.teccog.net/index.php/revista_teccog/article/view/183/133.