



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO

ESCOLA DE COMUNICAÇÃO

**O QUE POSSIBILITA A ASCENSÃO DA PRODUÇÃO INDEPENDENTE NO
MERCADO FONOGRÁFICO CONTEMPORÂNEO.**

Guilherme Koser Leite

Rio de Janeiro
2022

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO

**O QUE POSSIBILITA A ASCENSÃO DA PRODUÇÃO INDEPENDENTE NO
MERCADO FONOGRÁFICO CONTEMPORÂNEO.**

Guilherme Koser Leite

Projeto de Graduação em Comunicação Social (Rádio & TV), apresentado a Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro como requisito para a obtenção do título de Bacharel.

Orientador: Professor Alberto Moura

Rio de Janeiro
2022

**O QUE POSSIBILITA A ASCENSÃO DA PRODUÇÃO INDEPENDENTE NO
MERCADO FONOGRÁFICO CONTEMPORÂNEO.**

Guilherme Koser Leite

Trabalho apresentado à Coordenação de Projetos Experimentais da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Social, Habilitação Radialismo.

Aprovado por

Prof. Dr./ Dr^a/ Ms. / Esp. Nome Completo – orientador

Prof. Dr./ Dr^a/ Ms. / Esp. Nome Completo

Prof. Dr./ Dr^a/ Ms. / Esp. Nome Completo

Aprovada em:

Grau:

Rio de Janeiro
2022

**O QUE POSSIBILITA A ASCENSÃO DA PRODUÇÃO INDEPENDENTE NO
MERCADO FONOGRÁFICO CONTEMPORÂNEO.**

KOSER, Guilherme.

O Que Possibilita a Ascensão da Produção Independente no Mercado Fonográfico Contemporâneo. Guilherme Koser Leite – Rio de Janeiro; UFRJ/ECO, 2022.

Número de Folhas 27.

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação em Comunicação) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Escola de Comunicação, 2022.

Orientação: Alberto Moura

1. Palavra-chave. 2. Palavra-chave. 3. Palavra-chave.

- I. MOURA, Alberto
- II. ECO/UFRJ
- III. Radialismo

DEDICATÓRIA

Dedico esse trabalho de conclusão a todos que de alguma forma contribuíram para minha chegada até esse exato momento, sem essas pessoas, haveria um desequilíbrio nas minhas escolhas e, conseqüentemente, no meu caminho percorrido. Elas foram de fundamental importância no apoio, compreensão e incentivo, me deixando trilhar, de forma natural, pelos erros e acertos. Por isso, também sou grato aos acertos, que encurtam minha chegada aos objetivos, e agradeço, principalmente, aos erros, que ampliaram minha visão de mundo, mostrando que o caminho é tão significativo quanto a chegada.

Obrigado mãe, pai, família e amigos.

AGRADECIMENTO

Agradeço aos meus tutores de projeto Alberto Moura, Luiza Alvim e Teresa Bastos, que me deram suporte para realizar a melhor versão desse trabalho de conclusão. Sou grato, também, aos meus colegas de turma que me ajudaram na confecção do videoclipe e ao meu professor de produção Jan Barbosa, por me guiar nas melhores dicas para finalizar a música. Por fim, um agradecimento especial aos professores Leonardo De Marchi e Afonso Claudio de Figueiredo, duas importantes referências que aceitaram fazer parte da banca desse trabalho.

“A música exprime
a mais alta filosofia
numa linguagem
que a razão não compreende.”

Arthur Schopenhauer.

KOSER, Guilherme. **O que Possibilita a Ascensão da Produção Independente no Mercado Fonográfico Contemporâneo**. Alberto Moura. Rio de Janeiro, 2022. Trabalho de Conclusão de Curso (Comunicação Social, Habilitação Radialismo) – Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro. 27 páginas.

RESUMO

Este trabalho consiste em vislumbrar, de forma teórica e prática, o que possibilita a ascensão de artistas independentes no mercado fonográfico, assim como todo o conceito das etapas da produção audiovisual de um single musical do gênero Dance/Eletrônica/Pop. O autor relata por meio dos processos da pesquisa artística, os dilemas, os desafios, as contradições de como pensar, fazer e distribuir um single desse gênero. Pela grande diversidade de estilos na música contemporânea, o trabalho apresenta uma definição subjetiva do gênero musical investigado, a partir de uma fundamentação teórica calcada na prática audiovisual. Assim, o histórico musical, as referências artísticas, as vivências do autor e outros fatores relacionados à parte prática, são de extrema importância. O trabalho apresenta, ainda, o autor como artista nesse momento de sua vida, inspirações e métodos que influenciaram o tema e a abordagem do projeto.

Palavras-chave: Mercado Fonográfico, Artista Independente, Produção Musical.

ABSTRACT

This work consists of envisioning, in a theoretical and practical way, what makes possible the rise of independent artists in the phonographic market, as well as the whole concept of the stages of audiovisual production of a musical single of the Dance/Electronic/Pop genre. The author reports, through the processes of artistic research, the dilemmas, challenges, contradictions of how to think, make and distribute a single of this genre. Due to the great diversity of styles in contemporary music, the work presents a subjective definition of the investigated musical genre, based on a theoretical foundation based on audiovisual practice. Thus, the musical history, artistic references, the author's experiences and other factors related to the practical part are extremely important. The work also presents the author as an artist at this moment in his life, inspirations and methods that influenced the theme and approach of the project.

Keywords: Phonographic Market, Independent Artist, Music Production.

SUMÁRIO

1. Introdução	9
1.1 Contextualização	9
2. Um Novo Olhar Sobre a Teoria	11
2.1 A Evolução dos Formatos Fonográficos	12
2.2 A Era do <i>Streaming</i> ?.....	15
2.3 O Futuro da Música	17
3. Métodos de Realização	19
3.1 A Música	20
3.2 Confeção da Música	21
3.3 O Videoclipe.....	22
3.4 Confeção do Videoclipe	23
Considerações Finais	25
Referências Bibliográficas	26
Apêndice	27

1. INTRODUÇÃO

O mercado fonográfico, nos últimos anos, está em constante crescimento, não somente em sua receita mundial, mas também no surgimento de estilos, gêneros e subgêneros novos. Nunca foi visto antes, um panorama musical, econômico e tecnológico tão favorável para o surgimento de artistas de diversos nichos como se tem hoje, uma tendência que vem se expandindo ao longo dos tempos. Nesse trabalho, são apresentados fatores que tentam explicar o surgimento dessa tendência, através de teorias, surgimento de novas tecnologias, história dos formatos midiáticos, prática artística e outros meios.

1.1 CONTEXTUALIZAÇÃO

Desde que entrei em Comunicação Social na UFRJ, em 2018.1, o meu caminho acadêmico foi conturbado com dúvidas acerca de como alcançaria os meus objetivos profissionais. Com o passar do tempo, fui me nutrindo de conhecimentos teóricos e práticos que me dessem base para chegar onde eu queria. Portanto, quando soube que era possível, despertou em mim a vontade de fazer um trabalho de conclusão diferente, que fizesse o diálogo entre um assunto de interesse com meu conhecimento acerca dele, juntando a teoria com a prática.

Mas antes de escrever sobre como foi a escolha do tema em si, gostaria de falar um pouco sobre mim e como foi minha trajetória musical até o presente momento, me apresentando como pessoa e artista independente. Meu nome é Guilherme Koser Leite, tenho 26 anos e a música sempre esteve presente na minha vida de alguma forma. A minha mãe cantava como *hobbie* e, provavelmente, foi meu primeiro contato do que seria minha jornada no mundo musical, fiz aulas de música teórica com alguns professores e pulei de instrumento em instrumento até perceber que o que eu gostava, verdadeiramente, era criar e produzir.

Dessa forma, logo passei a me interessar por novas formas de criação, não somente com instrumentos, mas também com jogos e *softwares* de música. Meu primeiro contato com

o que seria mais próximo da produção musical, foi o Mario Paint, um jogo que possibilitava criar as tablaturas de forma personalizada e com timbres próprios do universo da Nintendo – empresa desenvolvedora de jogos –, pelo caminho fui tomando gosto por jogos e suas trilhas sonoras marcantes. Enquanto ia desvendando novos instrumentos para conseguir reproduzir as trilhas sonoras dos jogos que mais gostava, meu interesse por música foi se afunilando dentro do gênero de Eletrônica, primeiramente com EDM, ou *Eletronic Dance Music*, passando por *House*, *Deep House*, *Brazilian Bass* até os dias de hoje, em que considero o *Dance/Eletrô/Pop* como a vertente que gostaria de produzir.

Assim que ficou determinado que a produção musical faria parte da minha vida, mesmo que fosse por *hobbie*, comecei a buscar cursos teóricos e práticos de produção. Graduei-me em Produção Musical Avançada pela Loop Escola de Som, no *software* Ableton Live, com cursos complementares de Mixagem, Masterização e DJ. Escolhi uma graduação na universidade que pudesse me agregar mais conhecimentos na área e, por lógica, escolhi Rádio e TV como ramificação especializada.

Na busca por identidade musical, comecei a escutar gêneros que não estavam no paladar do mercado fonográfico, nem mesmo do nicho de música eletrônica, e percebi que muitos desses artistas começaram independentes, sem contratos com gravadoras e que produziam em *Home Studio*, praticamente, todas as etapas que envolviam criação e lançamento das suas músicas, o que me deu certa curiosidade sobre o assunto.

Logo, tomei a decisão de fazer a parte teórica do trabalho de conclusão de curso sobre esses artistas independentes, e como é possível que eles produzam e tenham visibilidade em um mercado fonográfico que está sempre em transformação. Além disso, como me considero parte dessa comunidade, penso em utilizar meu próprio *Home Studio* para confecção da parte prática, mostrando todas as etapas de criação e lançamento de um single, no gênero musical *Dance/Eletrô/Pop*.

O foco será dado à parte prática, mas sempre buscando embasamento na parte teórica, com o objetivo de trazer esclarecimento e tendências do mercado fonográfico, o que possibilitou ascensão de artistas independentes, o aumento da produção em *Home Studio* e do avanço tecnológico que a tornou viável. Entender e explicar a mesclagem de gêneros musicais como a grande precursora de uma nova estética musical da atualidade, que se criam subgêneros, formando uma geração de artistas que buscam originalidade e identidade, fora dos padrões já existentes.

2. UM NOVO OLHAR SOBRE A TEORIA

Uma definição mais técnica e diluída é assumida pela Associação Europeia de Conservatórios – AEC –, que entende a investigação como uma “ampla variedade de atividades” de qualquer área do conhecimento, que visam um estudo ou investigação minucioso, sistemático e processo consciente, que buscam contribuir com um trabalho original e inovador e que não se limitem ao método científico tradicional. Rubén López Cano e Úrsula San Cristóbal.

Por se tratar de um trabalho de conclusão em duas partes, parte teórica e prática, com formatação não tradicional, utilizo a epígrafe de Rubén López Cano e Úrsula San Cristóbal do livro intitulado: *Investigación artística em música*. Segundo essa teoria, a fundamentação teórica e a explicação sobre o funcionamento da pesquisa artística, se baseiam em estudar e achar as referências na própria realização de projeto e, no caso desse trabalho, na parte prática. A primeira parte introduz o surgimento de artistas independentes, quem são, o que fizeram, o que possibilitou, tanto em questões de tecnologia, quanto em momento histórico, que eles pudessem se lançar e serem ouvidos em meio a um mercado saturado e controlado por gravadoras e, atualmente, plataformas de *streaming*.

A segunda parte é a aplicação dos conceitos teóricos na prática, com a realização da música e videoclipe de um single. Será explicado também, todo o processo de forma minuciosa, bem como as referências artísticas, inspirações, gêneros musicais estudados, equipamentos, *softwares* e *plug-ins* utilizados. Essa etapa, portanto, se apresenta como o roteiro da parte prática, nas palavras de San Cristóbal e López-Cano em *Investigación artística em música*, “a principal forma de achar respostas em uma pesquisa prática artística se dá por meio do processo de criação”.

“O papel da prática artística no desenvolvimento da pesquisa é múltiplo. Por um lado, os hábitos e práticas usuais de estudo e criação em interpretação ou composição são uma fonte de informação tão válida quanto a bibliografia, entrevistas ou pesquisas. Por isso, é necessário desenvolver métodos de registro do próprio trabalho artístico e estimular a reflexão contínua sobre ele. Por outro lado, a prática artística é também o espaço onde são testadas ideias e conceitos produzidos no processo de reflexão. Dentro deste espaço, a noção de experimentação é crucial.” Rubén López Cano e Úrsula San Cristóbal.

2.1 A EVOLUÇÃO DOS FORMATOS FONOGRAFICOS.

De acordo com Afonso Claudio de Figueiredo (AC) em seu artigo “A Música Independente e os Desafios das Novas Mídias”, a transformação do mercado fonográfico e da música independente, no Brasil, foi influenciada pela vinda de novas mídias. Sua análise parte da mudança do cenário industrial da música, que tenta se adaptar aos tempos modernos, explicando como era o sistema antes, com as gravadoras, e como ficou com a chegada das novas mídias. Apesar da análise ter sido feita em âmbito nacional, darei foco no que diz respeito ao que possibilitou o surgimento de novos artistas independentes, de forma geral, aspectos do mercado fonográfico que, em qualquer lugar do mundo, tiveram as mesmas mudanças e instigaram um comportamento semelhante desses artistas.

Desde a descoberta do seu grande potencial de mercado, a produção musical ficou repartida em dois possíveis caminhos. Um deles, era através de gravadoras, empresas que se especializavam em nutrir artistas em potencial, visando o lucro da vendagem de Vinis, CD's, shows e outras formas de “monetização”, termo atual referente ao dinheiro obtido por estes meios. O outro caminho, seria dos artistas independentes, que ficavam responsáveis por arcar com seus próprios projetos, pois ainda não estavam inseridos no mundo das grandes gravadoras, apelidadas de *majors*.

O fator que mais influenciava o artista em almejar contrato com uma grande gravadora, era pela sua infraestrutura. As *majors* disponibilizavam estúdios profissionais, músicos, arranjadores, parque industrial para fabricação de unidades, sistema de distribuição e, talvez o mais complexo, a divulgação. Assim, o artista que começava independente, pelo motivo que fosse, e alcançasse um certo destaque, caía no radar das *majors*, e podiam ser vistos com grande potencial de mercado.

A exemplo disso temos Tame Impala, com seu estilo Alternativo/Independente, que começou a divulgação de seus projetos musicais na rede social *MySpace* em 2007, onde seu estilo se popularizou, chamando atenção, posteriormente, da gravadora *Modular Recordings*, uma das maiores da Austrália. Outro bom exemplo, é da americana Billie Eilish, que disponibilizou em 2015, ainda muito nova, uma produção original na plataforma de *streaming SoundCloud* para um trabalho de classe, o *download* era de graça e “viralizou” – termo que se refere a uma popularização exponencial e rápida de algum conteúdo – pouco tempo depois, se tornando o primeiro single lançado pela cantora posteriormente.

Existe também a possibilidade de artistas que, mesmo tendo um certo destaque e talento, produzam um conteúdo considerado de baixa vendagem pelas grandes gravadoras e,

por isso, não lhes desperte interesse. Portanto, esse artista se mantém no mercado como independente, assumindo todos os custos de produção, gravação, divulgação e fabricação. Vale ressaltar que, não muito antigamente, todas as etapas de produção eram extremamente custosas e, muitas vezes, o contrato com uma gravadora era a única possibilidade de ascensão de grande parte dos artistas.

Um marco para a história da indústria fonográfica foi, nos anos 90, com a popularização das tecnologias digitais. A crescente inserção e competição de empresas querendo um espaço no mercado de tecnologia do som, em criação de softwares, plug-ins, sintetizadores e outros, acarretou o barateamento dos produtos e, conseqüentemente, o acesso a essas tecnologias. Assim, muitos artistas independentes e produtores viram a oportunidade de arcar com seus próprios custos de maneira mais viável, já que esse barateamento possibilitou que a produção fosse feita até em casa, nos famosos *Home Studio*.

Uma grande mudança do mercado fonográfico foi que, com o barateamento das etapas de produção, artistas independentes ganharam liberdade para fazer suas produções completamente originais e até mesmo experimentais. Dessa forma, sem se preocupar em ser bancados por uma *major*, ou ter que produzir músicas que já tivessem um potencial de vendagem, ocorreu um *boom* de produções de subgêneros que supriam pequenas demandas, muitas vezes, fora do paladar do mercado fonográfico e das *majors*. Isso abriu espaço para ascensão de selos – gravadoras pequenas –, que tinham como foco um único gênero, subgênero ou estilo musical.

Pode-se dizer que todas as “revoluções” que o mercado fonográfico sofreu até então, nem sempre estão relacionadas a uma tentativa de otimização do próprio. Em seu artigo “A Angústia do Formato: uma História dos Formatos Fonográficos”, Leonardo De Marchi faz uma correlação entre as diferentes tecnologias da comunicação e o mercado fonográfico ao longo do tempo, trazendo importantes associações e uma certa interdependência entre esses dois mundos.

No artigo, De Marchi atribui mudanças de comportamento da sociedade às inovações tecnológicas dos meios de comunicação, denunciando um padrão de consumo de acordo com adaptabilidade humana aos formatos fonográficos de suas respectivas épocas. Não irei me aprofundar em todos os conceitos abordados no artigo, mas para entender o processo que transformou o mercado fonográfico no que é hoje, é preciso falar sobre as tecnologias digitais. A indústria fonográfica, até os anos 90, tinha uma boa relação com o avanço tecnológico dos meios de comunicação. Isso mudou quando a era dos produtos digitais ganhou espaço no mercado e passou a ser explorado pelas empresas, já que fornecia grande

capacidade de armazenamento e troca de informações. O *compact disc*, mais conhecido como CD, já denunciava que essa relação entre indústria fonográfica e o mundo digital teriam impasses, pois apresentava o problema da reprodutibilidade técnica, a possibilidade de produzir uma cópia do conteúdo de uma mesma matriz. Vale ressaltar que outras tecnologias analógicas anteriores ao CD já apresentavam a possibilidade de reprodutibilidade, ou duplicação, mas com a era digital e as tecnologias de rede, isso tomou proporções enormes.

Contudo, foi com o *Motion Picture Expert Group-Layer 3*, ou MP3, que houve a mudança, para sempre, da relação do consumidor com o produto. A junção da possibilidade de troca de informação sonora e o desenvolvimento das tecnologias de rede foi, inicialmente, um baque para a indústria fonográfica. Isso abriu espaço para um novo formato de comércio de música, o virtual que, junto com a possibilidade de reprodutibilidade, fez com que a pirataria alcançasse níveis catastróficos, já que os arquivos podiam ser compartilhados nas redes de forma relativamente fácil. A rápida popularização desse novo formato foi determinante para a modificação do comércio tradicional e o consumo musical, uma vez que o suporte físico de discos e lojas revendedoras ficaram gradativamente “obsoletas”, os forçando a se reinventar dentro do mercado fonográfico.

Com o padrão de consumo musical adaptado ao novo contexto econômico, tecnológico e digital, a música fica desvinculada do formato físico, pois há a possibilidade de transferência da informação sonora entre os novos suportes – HD, iPod, Computador, CD. Isso implica em uma mudança cultural e simbólica da época dos LP’s – disco fabricado em vinil –, e a associação dos formatos físicos com o seu conteúdo sonoro se modifica: o que antes era considerado “coleccionável”, hoje não é mais atribuído aos novos suportes físicos. O foco atual é no próprio conteúdo sonoro que, com o tempo, tomou rumos diferentes na sua forma de consumo, sendo atualmente “monetizável” pelas empresas em plataformas de *streaming*, aplicativos e sites.

2.2 A ERA DO *STREAMING*?

O mercado mal se adaptou aos formatos digitais e já entramos em outra era do consumo musical, a era do *streaming*. Esse novo formato de consumo, se apresenta como uma solução para a indústria fonográfica, ainda perdida desde a substituição do consumo de discos por arquivos digitais (DE MARCHI, 2011; HERSCHMANN, 2010; JANOTTI Jr. et al., 2011; VICENTE 2014). Sem requerer horas de *downloads* e busca de músicas, o *streaming* casou perfeitamente com uma tendência atual, o consumo imediato, instantâneo, uma vez que as plataformas oferecem uma gama de variedade musical em tempo real, sem a necessidade de espaço para armazenamento digital.

Além disso, as plataformas de *streaming*, de forma bem intuitiva, buscam otimizar ao máximo a experiência do consumidor, dando liberdade e autonomia, ao mesmo tempo em que entrega funcionalidades que ajudam o usuário a personalizar suas descobertas. Essa liberdade e autonomia deu ao consumidor a capacidade de buscar, escolher e transitar entre os fonogramas de sua preferência. É possível achar esses fonogramas filtrados por diversas categorias; artista, álbum, gênero, década, músicas semelhantes e até mesmo por sensações como “músicas para relaxar”, nas chamadas *playlists* – conjunto de fonogramas que se assemelham e são agrupadas por um fator em comum.

Assim, as *playlists* se tornaram o objeto central na era do *streaming*. Com elas, os usuários viraram curadores colaborativos, e o ato de ouvir música deixou o âmbito individual para se tornar uma experiência coletiva, um consumo compartilhado que gera laços sociais. A partir disso, o *streaming* passa a ser um mediador de troca e engajamento entre os usuários e, com base em curtidas, músicas ouvidas, artistas favoritos, *playlists* salvas e outros fatores, é possível classificar e etiquetar essas identidades musicais correlacionadas na rede, sendo fundamental para que as plataformas entendam seus usuários.

Nesse sentido, é importante notar que essas plataformas passam a assumir um papel de destaque na prescrição musical ao lado de tradicionais mediadores culturais, como DJs de estações de rádio, produtores artísticos de emissoras de TV ou críticos especializados (GALLEGO, 2011). Por isso, o *streaming* se torna extremamente atrativo para os consumidores que visam novas descobertas, mas a turbulência nos acordos sobre os *royalties* – valor dado ao dono de uma propriedade intelectual no uso de sua obra – deixa incerto o futuro das plataformas como principal atuante do mercado fonográfico digital.

As informações desse subcapítulo se originam do artigo “Música Infinita: serviços de streaming como espaços híbridos de comunicação e consumo musical” dos professores

Leonardo De Marchi, Marcelo Kischinhevsky e Eduardo Vicente. No artigo, os autores levantam considerações interessantes sobre o surgimento e as características dos serviços de *streaming*, incluindo a análise do seu modelo de negócio e posição de mercado.

Não irei entrar em detalhes sobre as circunstâncias legais e de mercado que fizeram o *streaming* ser viável, mas é importante falar sobre o seu modelo de negócio e o porquê há tanta incerteza sobre sua predominância em relação a outros modelos de consumo fonográfico para o futuro. Desde a sua criação, as plataformas de *streaming* sobrevivem em um equilíbrio de negociações entre seu direito de disponibilizar os conteúdos em seus catálogos e as demandas dos detentores dos direitos autorais dos conteúdos.

Em seu modelo de negócio, as plataformas precisam angariar a maior quantidade de conteúdos em seus catálogos para atrair os consumidores. Esses, são expostos a duas possibilidades: pagar pela total liberdade ao uso da plataforma, ou não pagar e ter propagandas e limitações durante o uso. O pagamento dos *royalties* se dá em cadeia – é passado para a sociedade coletora, depois editoras, compositores, assim sucessivamente até os artistas – e é proporcional ao número de visualizações/audições de um arquivo.

O que é alegado, principalmente por artistas, é que os *royalties* entregues pelo modelo de negócio das plataformas são muito baixos. Muitos afirmam, também, que as plataformas não respeitam suas obras ao exibirem de forma gratuita, exigindo que o consumidor pague a subscrição pelo conteúdo. Além disso, as demandas da indústria fonográfica tradicional têm sido cada vez maiores, com maior custo ao direito de disponibilizar os catálogos. A pressão por parte de todos os lados, faz com que os *streamings* tenham que negociar seus termos a todo momento, tornando sua viabilidade futura muito incerta.

2.3 O FUTURO DA MÚSICA.

Esse subcapítulo é um compilado das observações que tive durante minha vivência como produtor, da leitura de artigos, livros, sites, blogs e da bibliografia desse trabalho como um todo. Se questiona muito sobre o futuro da música, e qual será o direcionamento do mercado fonográfico tradicional e digital. Sabemos que, por muito tempo, as *majors* tiveram grande influência sobre os artistas e, conseqüentemente, sobre suas músicas produzidas.

As *majors* tinham o objetivo de lucrar o máximo possível, por isso buscavam os artistas que apresentavam o material mais vendável e comercialmente viável. Isso influenciou diretamente na estética, estrutura, gênero e outros fatores que regiam quais músicas atraíam os holofotes da época, inclusive, incentivando artistas a padronizarem suas produções nesses moldes, na busca de espaço e notoriedade. Essa questão, apesar de já ter sido mencionada nesse trabalho, é importante que seja enfatizada, para contrastar com a realidade atual. Embora exista uma maior liberdade dos artistas em criar suas produções alternativas, ainda há uma influência muito forte da indústria da música.

Os serviços de *streaming* estão investindo cada vez mais em estruturas complexas para lidar com a grande quantidade de novas músicas carregadas nas plataformas. Por isso, os algoritmos dessas plataformas já são capazes de determinar quais músicas têm a maior probabilidade de alcançar mais ouvintes. Essa configuração foi construída para otimizar ao máximo a experiência do usuário, e agora está impactando diretamente em como as músicas são produzidas, escritas e estruturadas.

Assim, o mesmo padrão de influência se repete, com a diferença que os *streamings* monetizam os artistas de acordo com número de visualização/audição de seus conteúdos. Isso está fazendo com que os artistas moldem suas produções para aumentar o número de acessos e, por consequência, o ganho provido das plataformas. Além disso, o mínimo de tempo para contabilizar a audição de uma música no *Spotify* é de trinta segundos, o que instiga artistas a fazerem produções cada vez mais curtas e “chicletes”, termo usado para se referir a refrões que ficam na cabeça, dando vontade de ouvir diversas vezes.

Com as músicas mais curtas, houve a necessidade de adaptação da estrutura e arranjo, com cada vez menos espaço para introduções e estrofes, também conhecido como *break* ou *verse*, para dar mais ênfase ao refrão, conhecido como *drop* ou *chorus*. Outra estratégia utilizada atualmente para aumentar o número de visualizações, é recorrer a produções colaborativas ou *featuring*, convidados e coautores, que contabilizam visualização para todos os artistas envolvidos. O lançamento de álbuns também teve uma mudança na lógica de

mercado, sendo benéfico somente para artistas já renomados, que já teriam seus catálogos com altos índices de visualização. Como o maior recurso para descoberta de uma música passou a ser a *playlist*, o lançamento de *singles* faz mais sentido como estratégia para visualização do conteúdo de artistas em ascensão, pois existe a maior probabilidade do seu catálogo ser alcançado por pessoas que curtiram seu *single* em alguma *playlist*. Para aqueles artistas que já são renomados, os *singles* servem como *buzz* – estratégia de marketing que tem como foco chamar atenção – para divulgar e popularizar possíveis álbuns que virão futuramente.

Levando tudo isso em consideração, é plausível dizer que a indústria da música continua com grande poder em decidir qual tipo de gênero, estilo e estrutura de música vai receber os holofotes da popularidade e, conseqüentemente, o dinheiro. A diferença é que, atualmente, o privilégio da popularidade não é mais regido diretamente pelas *majors*, e sim por um algoritmo criado para entregar as músicas que têm maior probabilidade de serem ouvidas e curtidas pelo usuário.

A problemática disso tudo, é que os artistas e as músicas que já estão consolidados pelo mercado fonográfico tradicional, são também recomendados no digital. Isso acontece, pois, apesar de estar constantemente negociando com os *streamings* acerca dos direitos de acesso dos catálogos, a indústria da música, rapidamente adapta sua produção para ter um desempenho otimizado nos moldes de monetização das plataformas. Isso faz com que os artistas que buscam ascensão sigam o modelo de produção proposto pela indústria da música, para, também, alcançar visibilidade e notoriedade, tendo maior chance de ser recomendado a outros usuários pelos algoritmos das plataformas.

Por fim, como citado anteriormente, o futuro da música fica à mercê das oportunidades tecnológicas que virão, seja por meio da evolução do próprio *streaming* ou de possíveis outros meios de distribuição que ainda não existem. A verdade é que sempre haverá um modelo musical almejado por aqueles que buscam nele a oportunidade de lucrar, e esse é o fundamento básico da indústria musical, ou de qualquer outra indústria, que será pioneira em qualquer que seja a tecnologia difundida e aceita pela sociedade no meio capitalista, mantendo suas influências sobre o produto final. Vale ressaltar que esse subcapítulo não tem embasamento teórico comprovado – ou que, pelo menos, eu consiga referenciar. É apenas um levantamento de ideias e reflexões acerca do observado na confecção desse trabalho.

3. MÉTODO DE REALIZAÇÃO

Como método de realização, a parte prática do trabalho é baseada na experiência da confecção. Assim, me baseio novamente em métodos descritos por Rubén López Cano e Úrsula San Cristóbal no esquema a seguir:

Figura 1



Fonte: LÓPEZ-CANO E SAN CRISTÓBAL, 2014.

Ao falar desta parte do roteiro, devo dizer que, cada fase que será apresentada aqui, parte de um processo de confecção e análise parecido com o da Figura 1. Serão duas vertentes abordadas separadamente, produção da música e do videoclipe.

3.1 A MÚSICA.

Na confecção da música, levo em conta os conceitos teóricos e práticos que aprendi nos meus anos como aluno de produção musical. Isso envolve conhecimento sobre teoria musical, ondas sonoras, acústica, composição, tempo rítmico, gravação, manuseio de *software* e *plug-ins*, mixagem, masterização e vários outros detalhes específicos importantes no processo de produção musical. Embora grande parcela desse conhecimento tenha vindo através dos meus professores Jan Barbosa e Marcelo Cotta, me baseio, em parte, nas técnicas apresentadas por David Gibson em *A arte da mixagem*. O livro é importante, pois, com ele, é possível realizar uma boa produção sem depender de engenheiros e técnicos de som.

Normalmente, o processo criativo do gênero que me proponho a realizar na parte prática desse trabalho, parte de referências de outros artistas. Então, ouço as músicas que gosto e que tangenciam o gênero que me proponho a produzir, buscando inspiração para compor e formar o “esqueleto” – arranjo – da música. Para esse single, minha grande referência foi a banda de *Alternative/Dance*, RÛFUS DU SOL. O que me chama atenção, em suas músicas, é a utilização de técnicas para imitar aparelhos analógicos usados em sintetizadores. Com um ritmo cadenciado e contemporâneo, confere uma identidade musical muito inovadora, dando a sensação de que é uma produção orgânica, mesmo sendo feita com sintetizadores, baterias eletrônicas e efeitos sonoros.

Baseado nisso, busquei uma produção que fosse orgânica e original, com timbres inovadores que davam profundidade e atmosfera para a música. Queria passar a sensação de introspecção para o ouvinte, mas com uma estética diferente das produções que acompanho. Então resolvi colocar um ritmo acelerado com vasto uso de percussões espalhados pelo espectro de frequência em estéreo, aumentando a sensação de profundidade e criando distância entre os elementos usados. Pensei em exprimir os sentimentos de saudade, nostalgia e melancolia e, mesmo querendo trazer esses sentimentos considerados “tristes” para a semântica sensitiva da música, não queria que se restringisse a isso.

O “esqueleto” da música, na verdade, é o arranjo e a gradação em que elementos vão aparecer e desaparecer durante o tempo decorrido, fazendo as divisões de introdução, estrofe, pré-refrão, refrão, ponte, tensão e conclusão. O arranjo é uma organização fundamental para dar emoção e cadência na música e, normalmente, é planejado em compassos de quatro por quatro (4/4) – variável em alguns estilos musicais – e frases de 32 tempos que definem a

tensão e resolução da harmonia. A escolha de um arranjo varia conforme o desejo de colocar energia e empolgação na música, o que chamamos de refrão, *drop* ou *chorus*. Em contrapartida, é necessário ter momentos de calma e pouca energia, que chamamos de *break* ou *verse*, pois, o contraste entre eles é a chave de uma boa música desse gênero.

Após definir o “esqueleto”, é necessário achar uma emoção, construir uma história por cima de um sentimento que vale a pena ser contado; a harmonia e a melodia são fundamentais para alcançar esse objetivo. O grande desafio é de traduzir esse sentimento em forma de música, e o inserir de forma dinâmica na estrutura musical não é uma tarefa fácil, ainda mais se não houver letra. Por isso, é bom ter vasto conhecimento em teoria musical e aspectos técnicos para que a música seja agradável e transmita a sua mensagem, não deixando o arranjo, harmonia e melodia desconexos.

Por fim, na própria confecção da música, utilizei *plug-ins* – ferramentas de extensão, usados para adicionar funções dentro de *softwares* – para mixagem e masterização. Aqui são utilizados *reverb*, compressor, equalizador, saturador, *limiter*, *delays* e outras dezenas de *plug-ins*, tanto para confecção criativa, quanto para respeitar as normas técnicas de qualidade sonora. Nessa etapa, além do conhecimento sobre os próprios *plug-ins*, é necessário um conhecimento técnico avançado sobre os fundamentos do som, para que a música, em termos de funcionalidade e audibilidade, esteja conforme os padrões de qualidade do mercado. Em *A arte da mixagem*, de David Gibson, é explicado a necessidade de dominar esses conhecimentos técnicos, para otimizar ao máximo a qualidade de som, evitando cancelamento sonoro, desequilíbrio panorâmico, clipagem e vários outros detalhes importantes para uma boa produção.

3.2 CONFECÇÃO DA MÚSICA.

A música foi feita no *software* alemão Ableton Live, com duração de cinco minutos e vinte segundos, utilizando o sistema tonal em Ré Maior, ou “D” em sua representação escrita, como regente da construção lógica/musical. Dentro do gênero *Dance/Eletrônica/Pop*, a música tem 120 BPM – batidas por minuto – em compassos 4/4. Todos os elementos sonoros melódicos foram sintetizados com timbres próprios, criados nos *plug-ins Serum* e *Massive*. Os elementos sonoros da bateria, ou *Samples*, foram baixados na biblioteca de amostras *Splice*. Na mixagem, outros *plug-ins* foram utilizados para confecção geral da música:

ValhalaVintageVerb, Comeback Kid, Endless Smile, Sausage Fattener, FabFilter Pro-Q3, Ozone 9 Imager e nativos do próprio *Ableton Live*.

Assim como no método descrito por Rubén López Cano e Úrsula San Cristóbal no livro: *Investigación artística em música*, e como descrito na *Figura 1*, o processo de criação da música envolve muita observação das referências, tentativa, avaliação e erro na própria confecção. Observei que a ideia inicial toma forma conforme a prática é exercida, e a fluidez do processo é o que faz tomar certas decisões criativas, resultando em um produto final que é diferente do idealizado inicialmente. Esse resultado não necessariamente é um fator negativo, principalmente em um processo de criação e descoberta de uma identidade musical. Portanto, a música me remeteu à semântica proposta, com a estética das referências e impressa com a identidade artística do processo criativo, cumprindo os requisitos do que me propus a fazer nesse trabalho final; demonstrar, na prática, a possibilidade de realizar a primeira etapa de produção de um artista independente.

3.3 O VIDEOCLÍPE.

A ideia de fazer um videoclipe veio com a possibilidade de juntar o produto audiovisual da matéria “Produção de Audiovisual” com meu tema de trabalho final. O projeto inicial era fazer um videoclipe abstrato, com movimentos de linhas e formatos geométricos em efeitos gráficos, servindo apenas como base visual para o lançamento da música. Mas como tive a oportunidade de fazer um projeto mais elaborado, fiz o meu *pitching* – termo no meio audiovisual para apresentação verbal de uma ideia – para as turmas de “Direção Audiovisual”, “Cinegrafia” e “Produção Audiovisual”. Alguns colegas se animaram com a ideia da realização de um videoclipe, tendo como base a música desse trabalho, e conseguimos formar uma equipe com diretor, assistente de direção, produção, continuísta, direção de fotografia, direção de arte, iluminação e edição.

O videoclipe foi pensado para explorar a semântica da música, com os sentimentos “saudade, nostalgia e melancolia” servindo como suporte para ideia central. Dessa forma, o roteiro aborda um tema muito empático e comum, o término de um relacionamento, visto pela perspectiva do personagem principal. Os sentimentos ficam implícitos no início do videoclipe, que se fantasia de uma nostalgia boa, memorável, mas com o decorrer das cenas, se transforma em uma melancolia, e logo percebemos que eles enfrentam algum problema no relacionamento. No final, em um relapso de devaneio – que inclusive, trouxe inspiração para

o título da música *Another Reverie* – o personagem principal realiza seu próprio desfecho em relação ao fim do relacionamento, que aparenta ter terminado em más condições.

3.4 CONFECÇÃO DO VIDEOCLÍPE.

As gravações foram realizadas por uma câmera Nikon d5300, lentes 18-55mm com foco automático e 50mm com foco manual. Foram usados também refletores, rebatedor, tripé e um suporte *steady* para filmagem livre com a câmera. No começo do mês de julho elencamos dois atores para os papéis principais e começamos as filmagens.

As gravações foram planejadas para serem realizadas em três dias, mas com imprevistos e a necessidade de refazer algumas cenas, foram necessários cinco dias no total. Como fizemos as gravações com antecedência, houve tempo para corrigir erros técnicos e realizar novas gravações para correção. A edição teve uma semana para realizar a montagem e finalizar o projeto, que ficou pronto dia 27 de julho.

Conforme as ordens do dia:

VIDEOCLÍPE ORDEM DO DIA - 1º DIA					
LOCAÇÃO: UFRJ PV E PRAIA VERMELHA ENDEREÇO: AV. PASTEUR, 250 - URCA, RIO DE JANEIRO TELEFONES: (24) 99320-4124 RAFAEL (21) 99962-1817 GUILHERME			DATA: 10/07/2022 DIA: DOMINGO CHEGADA: 9H INÍCIO DA FILMAGEM: 9:20H		
SEQUÊNCIAS A FILMAR:					
Nº	DESCRIÇÃO	INT./EXT.	DIA/NOITE	CENÁRIO	Nº PLANOS
15	João depositando as flores no jardim	EXT	DIA	CAMPINHO UFRJ PV	4
1	João e Maria deitados na canga, na praia	EXT	DIA	PRAIA/AREIA	6
2	João e Maria interagindo e brincando na beira da água	EXT	DIA	PRAIA/AREIA	4
14	Flashback os dois na praia	EXT	DIA	PRAIA/AREIA	2
13	João na praia sozinho	EXT	DIA	PRAIA/AREIA	2
16	João vendo Maria com outro	EXT	DIA	PRAIA/AREIA	4
EQUIPE					
Direção: Rafael Scolarique Roteiro: Rafael Scolarique Assistente de direção: João Lage Direção de produção: Guilherme Koser Assistente de produção: Amaro Direção de fotografia: Celso Lavigne Direção de arte: Antônio Diniz Continuista: MaFe Iluminação: Marcos Maciel Edição: Pedro H Montagem: Pedro H					
OBJETOS DE CENA			FIGURINO		
Canga, epitáfio, duas flores (tulipas vermelhas)			Roupas sociais escuras (pode ser camisa social azul e calça preta), chinelo, roupas de praia.		
MAQUIAGEM			HOSPITAL PRÓXIMO		
			Hospital Municipal Rocha Maia R. Gen. Severiano, 91 - (21) 2543-1608		
MAQUINÁRIA			LANCHE/JANTA		
			12:00 - 13:00		
FIGURAÇÃO					
1 Figurante para ser o "novo namorado" de Maria.					

VIDEOCLÍPE
ORDEM DO DIA - 2º DIA

LOCAÇÃO: UFRJ PRAIA VERMELHA (DCE) ENDEREÇO: AV. PASTEUR, 250 - URCA, RIO DE JANEIRO TELEFONES: (24) 99320-4124 RAFAEL (21) 99962-1817 GUILHERME			DATA: 14/07/2022 DIA: QUINTA CHEGADA: 21:30H INÍCIO DA FILMAGEM: 22H		
SEQUÊNCIAS A FILMAR:					
Nº.	DESCRIÇÃO	INT / EXT.	DIA/ NOITE	CENÁRIO	Nº. PLANOS
12	João bebendo com os amigos triste sem Maria	EXT	NOITE	CDE UFRJ PV	2
4	João e Maria bebendo e conversando com os amigos	EXT	NOITE	CDE UFRJ PV	5
14	Recorte João beijando mão de Maria	EXT	NOITE	CDE UFRJ PV	1
5	João e Maria no carro com Maria dormindo	INT	NOITE	CARRO	1
EQUIPE					
Direção: Rafael Scolarique Roteiro: Rafael Scolarique Assistente de direção: João Lage Direção de produção: Guilherme Koser Assistente de produção: Amaro Direção de fotografia: Celso Lavigne Direção de arte: Antônio Diniz Continuista: MaFe Iluminação: Marcos Maciel Edição: Pedro H Montagem: Pedro H					
OBJETOS DE CENA			FIGURINO		
Bebida			Roupas normais de sair		
MAQUIAGEM			HOSPITAL PRÓXIMO		
			Hospital Municipal Rocha Maia R. Gen. Severiano, 91 - (21) 2543-1608		
MAQUINÁRIA					
FIGURAÇÃO					
1 figurante para beber com João e Maria					

VIDEOCLÍPE
ORDEM DO DIA - 3º DIA

LOCAÇÃO: CASA JOÃO LAGE ENDEREÇO: TELEFONES: (24) 99320-4124 RAFAEL (21) 99962-1817 GUILHERME			DATA: 16/07/2022 DIA: SÁBADO CHEGADA: 8:30H INÍCIO DA FILMAGEM: 9H		
SEQUÊNCIAS A FILMAR:					
Nº.	DESCRIÇÃO	INT / EXT.	DIA/ NOITE	CENÁRIO	Nº. PLANOS
9	João acabou de acordar, lava o rosto e escova o dente	INT	DIA	CASA JOÃO	3
10	João sentado no sofá vendo o celular lembrando de Maria	INT	DIA	CASA JOÃO	5
8	João e Maria deitados na cama. João acordado, Maria vai se desfazendo do lado dele até ficar sozinho	INT	DIA	CASA JOÃO	1
6	João e Maria fazendo pipoca para ver o filme	INT	DIA	CASA JOÃO	1
7	João e Maria vendo o filme no sofá	INT	DIA	CASA JOÃO	1
14	Cortes vendo filme para o flashback	INT	DIA	CASA JOÃO	2
3	João e Maria andando de bicicleta	EXT	DIA	AV. FLAMENGO	3
14	flashback andando de bicicleta	EXT	DIA	AV. FLAMENGO	2
11	João no carro sozinho	INT	DIA	CARRO	1
EQUIPE					
Direção: Rafael Scolarique Roteiro: Rafael Scolarique Assistente de direção: João Lage Direção de produção: Guilherme Koser Assistente de produção: Amaro Direção de fotografia: Celso Lavigne Direção de arte: Antônio Diniz Continuista: MaFe Iluminação: Marcos Maciel Edição: Pedro H Montagem: Pedro H					
OBJETOS DE CENA			FIGURINO		
Pipoca, refrigerante, escova de dente, duas bicicletas, carro.			Roupas levemente esportivas para bicicleta, casuais para o filme em casa, e de dormir para João acordar.		
MAQUIAGEM			HOSPITAL PRÓXIMO		
			VER		
MAQUINÁRIA			ALMOÇO		
			13:30 - 14:30		

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esse trabalho foi destrinchado em duas partes, a primeira das quais usa embasamentos teóricos e fatos históricos para explicar o que possibilitou a ascensão de artistas independentes na atualidade. A segunda parte, se presta a colocar em prática, o que foi sugerido teoricamente.

Durante a confecção do trabalho, cheguei à conclusão de que é possível alcançar êxito na exemplificação da segunda parte se propõe, realizando todas as etapas de produção e lançamento de um *single* – música, videoclipe e lançamento digital. Porém, para conseguir realizar um projeto minimamente aceitável e competitivo a nível de mercado, é necessário ter o conhecimento de várias outras áreas.

Essas áreas variam entre design gráfico, marketing, direito e outras ramificações mais específicas, como por exemplo marketing voltado para lançamento em plataformas de *streaming*. Por isso, me mantive aonde tinha conhecimento e capacidade de trabalhar, discorrer e apresentar de fato, sem depender de estudos muito vastos em outras áreas. E mesmo me mantendo onde supostamente domino, produção musical e audiovisual, tive desafios para além do esperado, com imprevistos, atrasos e tendo que recorrer a outros recursos para entregar o projeto final a tempo.

Esse trabalho foi importante para me dar conta sobre a necessidade de ter foco em um atributo, pois, infelizmente, não dispomos de tempo para dominar todas as etapas de produção de qualquer que seja o produto. A especificação de uma habilidade pode representar a garantia de qualidade de uma etapa, mesmo que pequena, de um grande projeto. E assim como esse, a primeira etapa foi concluída, restando agora, achar as pessoas certas que possam me guiar para a próxima etapa.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. SAN CRISTÓBAL e LÓPEZ-CANO, Ruben. et al. **Investigación artística em música: problemas, métodos, experiencias y modelos**. Barcelona: ConacultaFonca, dezembro 2014.
2. GIBSON, David. **The Art of Mixing: A Visual Guide to Recording, Engineering and Production**. Secondedition, Routledge, dezembro 2018.
3. CONTER, Marcelo. **Lo-fi: música pop em baixa definição**. Curitiba: Appris, 2016.
4. DE MARCHI, Leonardo; KISCHINHEVSKY, Marcelo; VICENTE, Eduardo. **MÚSICA INFINITA: serviços de streaming como espaços híbridos de comunicação e consumo musical**. Sao Paulo: Compós, 2015.
5. HILLER, Scott; WALTER, Jason. **The rise of streaming music and implications for music production**. Fairfield: Fairfield University, 2016.
6. WITT, Stephen. **Como a música ficou grátis**. Rio de Janeiro: Editora Intrínseca Ltda. 2015.
7. DE MARCHI, Leonardo. **A Angústia do formato: uma história dos formatos fonográficos**. Rio de Janeiro: Compós, 2005.
8. FIGUEIREDO, Afonso Claudio. **A música independente e os desafios das novas mídias**. Rio de Janeiro: ECO-UFRJ.
9. BARATA, Mariana; COELHO, Pedro. **Music streaming services: understanding the drivers of costumer purchase and intention to recommend**. Lisboa: NOVA IMS, agosto de 2021.

APÊNDICE

Música: [Another Reverie](#)

O videoclipe: <https://youtu.be/4CMY-dDpi4s>