

A TRANSFORMAÇÃO DA PRODUÇÃO MUSICAL INDEPENDENTE DE CANÇÕES NO SÉCULO XXI

THE TRANSFORMATION OF INDEPENDENT SONG PRODUCTION IN THE 21ST CENTURY

André Luiz Nunes da Silva
Universidade do Estado de Santa Catarina
alnspiano@gmail.com

Dra. Cristina Moura Emboaba da Costa Julião de Camargo
Universidade do Estado de Santa Catarina
criemboaba@gmail.com

Resumo

A relação entre as gravadoras independentes e as gravadoras conhecidas como *Majors* é um dos temas investigados nessa retrospectiva histórica através de pesquisa exploratória com revisão bibliográfica que aborda o cenário musical em que os artistas independentes estão inseridos. Devido à complexidade e amplitude do tema, da produção independente na indústria musical, optou-se por explorar não apenas a estrutura das gravadoras independentes, mas também a natureza das cenas independentes em si. Para isso, serão abordadas categorias como “artista independente”, “artista-direto” (Mulligan, Mark, 2021) e “artista-empresendedor” (Cerqueira, 2018). Além disso, será destacada a importância da conexão contemporânea entre os artistas independentes e o mercado consumidor de canções por meio das redes sociais, que se tornaram um canal importante para a divulgação e promoção de seus trabalhos. Os motivos que levam a esta pesquisa são notados a partir da relação de um dos autores do artigo com a produção independente de música, sendo ele próprio um artista-direto tendo em vista a necessidade de compreender questões relacionadas a um universo de produção musical independente em constante mudança.

Palavras-chave: artista independente; produção musical; indústria musical; *streaming* de música; canção popular.

Abstract

The relationship between independent record labels and those known as Majors is one of the themes explored in this historical retrospective through exploratory research with a bibliographic review that addresses the musical landscape in which independent artists are situated. Due to the complexity and breadth of the topic of independent production in the music industry, it was chosen to explore not only the structure of independent record labels but also the nature of independent scenes themselves. For this purpose, categories such as “independent artist,” “artist direct” (Mulligan, Mark, 2021), and “artist entrepreneur” (Cerqueira, 2018) will be discussed. Additionally, the importance of the contemporary connection between independent artists and the consumer market for songs through social networks will be highlighted, as these have become a significant channel for the dissemination and promotion of their works. The rationale for this research stems from one of the authors’ close involvement with independent music production, being themselves an artist direct who seeks to understand issues related to a constantly evolving universe of independent music production.

Keywords: independent artist; music production; music industry; music streaming; popular song.

Introdução

Até o final do século XIX, a música era apreciada apenas em *performance* ao vivo e a divulgação destas obras aconteciam por meio de partituras editadas por diversas editoras, atendendo tanto a grandes grupos musicais quanto a músicos domésticos. Com o advento dos equipamentos de gravação e reprodução, uma nova forma de consumo musical surgiu, possibilitando a produção fonográfica por parte das empresas que fabricavam estes equipamentos (Nakano, Davi, 2010).

Nossa pesquisa exploratória com revisão bibliográfica procura traçar uma retrospectiva sobre o assunto, com análises e discussão da área sobre a fonografia, a evolução tecnológica impactando principalmente o mercado musical de canções, o surgimento de novas categorias de artistas atuantes e suas formas de inserção neste mercado.

As majors e as primeiras gravadoras independentes

Uma análise sobre as primeiras gravações realizadas em suportes é apresentada por Nakano (2010). O verdadeiro propósito por trás desta inovação tecnológica não era promover artistas ou obras, mas sim permitir o uso dos dispositivos de reprodução (Nakano, 2010). A partir dos anos 1940 no cenário mundial (e nos anos 1960 no Brasil), as grandes gravadoras passaram a concentrar os meios de produção, incluindo estúdios de gravação, distribuição e divulgação, influenciando significativamente as grandes mídias. Nesse contexto, as *majors*¹ assumiram o controle verticalizado de todo o processo. Muitas vezes, até mesmo o processo de composição musical estava vinculado às gravadoras, com compositores contratados e tendo seus direitos autorais ligados às mesmas.

O desenvolvimento da fita magnética na década de 1950 reduziu os custos de produção, permitindo a criação das primeiras gravadoras independentes. A disponibilidade de equipamentos com custos mais acessíveis também facilitou a produção de fitas demonstrativas (demo) e o surgimento dos *home studio*, conceito que será explicado posteriormente.

As gravadoras independentes, também conhecidas como *indies*², surgiram para atender a nichos de mercado e explorar gêneros inovadores do momento, como *rock'n roll* e *rhythm and blues*. Embora tenham conquistado espaço, ainda dependiam das *majors* para a produção, distribuição e divulgação dos discos.

1 Compreende-se como *majors* empresas gravadoras e distribuidoras com ampla atuação no mercado, que contam em seu leque uma variedade de produtos e artistas consolidados e com apelo de público grande. Alguns exemplos podem ser citados como, Warner, Sony, EMI, etc. (Michel, Rodrigo, 2018, p. 18).

2 *Indies* ou *indie labels* são palavras utilizadas por autores como Simon Frith e Lee Marshall no livro *Music and Copyright* para se referir às gravadoras independentes.

A partir dos anos 1980, com o avanço da tecnologia digital, houve uma crescente produção de gravadoras independentes, mas a distribuição ainda era dominada pelas *majors*. A década de 1990 marcou o início da difusão digital da música, trazendo desafios, como a pirataria, obrigando as *majors* a buscar modelos de distribuição virtual. Com o advento da banda larga³ e a capacidade de transmissão de arquivos, a distribuição musical começou a escapar do controle dessas grandes empresas. Esse período, marcado pelo surgimento da difusão digital de fonogramas musicais, testemunhou uma proliferação maciça de compartilhamento de músicas gravadas sem regulamentação, sendo rotulada, de forma genérica, como “pirataria” (Benevides, 2019, p. 7).

Diante dessa realidade, as gravadoras majoritárias (*majors*) empreenderam ações para combater a distribuição ilegal de músicas, visando proteger os direitos autorais e assegurar para si a comercialização desses fonogramas. Essas medidas são mencionadas por Nakano (2010, p.6), que descreve como essas grandes empresas se engajaram em três principais frentes de ação no início dos anos 2000, sendo elas: a terceirização da produção de suportes físicos, processos legais contra as redes P2P⁴ e esforços para desenvolver modelos próprios de distribuição virtual.

Esses aspectos estão alinhados com a análise de Benevides (2019), que destaca a crise enfrentada pelas gravadoras majoritárias (*majors*) no final dos anos 1990 e tem evidências de superação a partir de 2016. Nesse período, as grandes gravadoras decidiram encerrar definitivamente seus investimentos em formatos físicos e passaram a adquirir participações em plataformas de *streaming* de música na *WEB* (internet), além de estabelecer acordos para a disseminação das músicas de artistas do seu próprio catálogo (Benevides, 2019). Neste sentido, atualmente, apesar do aumento da atuação das gravadoras independentes, as grandes gravadoras ainda têm participação em diferentes estágios do processo de produção de fonogramas, tais

3 Conexões de alta velocidade e alta capacidade que permitem a transmissão de dados digitais mais rápida do que as conexões tradicionais de discagem.

4 A rede *Peer-to-Peer* (P2P) é um tipo de arquitetura de rede na qual os dispositivos se comunicam diretamente entre si, sem a necessidade de um servidor centralizado. Essa abordagem descentralizada tem várias aplicações, sendo mais conhecida por seu uso em compartilhamento de arquivos, como em redes de compartilhamento de música e vídeo (Benkler, 2006, p. 86).

como: cotas em plataformas de *streaming* de música e promoção da distribuição por meio de distribuidoras digitais de música.

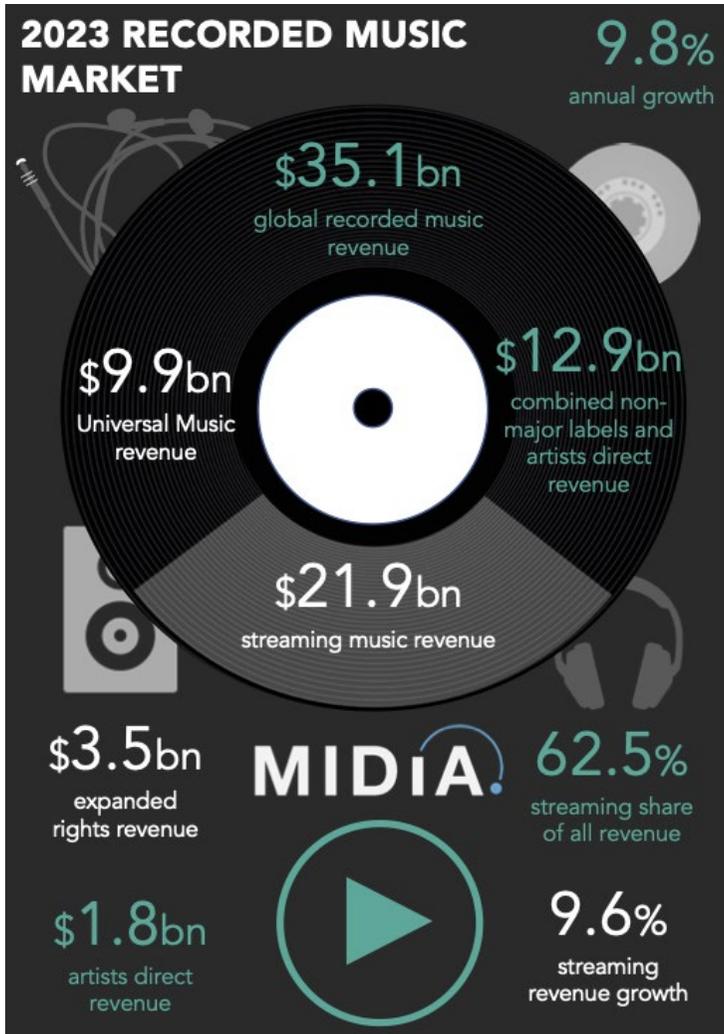
Nesse contexto, é relevante destacar, de forma resumida, os ganhos monetários obtidos em 2023 pelas grandes gravadoras, pelas gravadoras independentes e pelos artistas independentes diretos, que serão conceituados mais adiante nesse trabalho, e estes ganhos aparecem de forma detalhada no relatório da *International Federation Of the Phonographic Industry* (IFPI)⁵ nas seguintes categorias⁶: *synchronisation, performance rights, physical, downloads & other digital, total streaming, ad-supported streams e subscription audio streams*. Pelo nono ano consecutivo houve um aumento com as receitas de música gravada que, segundo o relatório de música global de 2024 da IFPI, informa uma receita total de US\$ 28.6 bilhões em 2023. Entretanto, essa receita é ainda maior segundo informações da *MiDiA Research*, sendo US\$ 35.1 bilhões a receita real do mercado global de música⁷, como ilustrado na figura 1 abaixo:

5 O Global Music Report da IFPI é um documento anual que fornece uma visão geral da indústria musical global, incluindo dados sobre receitas, tendências de consumo e insights sobre o mercado da música, mais especificamente de canções (INTERNATIONAL FEDERATION OF THE PHONOGRAPHIC INDUSTRY – IFPI. **Global Music Report**. Disponível em: <https://globalmusicreport.ifpi.org/>. Acesso: 24/07/2024.

6 **Synchronisation:** Sincronização – Receitas provenientes da licença de músicas para uso em filmes, programas de TV, comerciais, videogames, entre outros. **Performance Rights:** Direitos de Execução – Receitas geradas a partir da execução pública de músicas, como em rádios, televisão, shows ao vivo, estabelecimentos comerciais, etc. **Physical:** Físico – Receitas provenientes da venda de formatos físicos de música, como CDs, vinis, DVDs, etc. **Downloads & Other Digital:** Downloads e Outros Digitais – Receitas geradas a partir da venda de downloads de músicas e outros formatos digitais não relacionados ao streaming. **Total Streaming:** Streaming Total – Receitas totais provenientes de todos os tipos de streaming de música, incluindo fluxos suportados por anúncios e fluxos de áudio por assinatura. **Ad-supported streams:** Fluxos Suportados por Anúncios – Receitas provenientes de serviços de streaming de música suportados por anúncios, nos quais os usuários têm acesso gratuito, mas com interrupções publicitárias. **Subscription audio streams:** Fluxos de Áudio por Assinatura – Receitas provenientes de serviços de streaming de música por assinatura, nos quais os usuários pagam uma taxa regular para acesso ilimitado a uma biblioteca de músicas, geralmente sem anúncios.

7 Em geral, em nossa consulta bibliográfica, o termo música é usado de forma genérica e sem identificar se é canção ou música instrumental, música de concerto, etc. No entanto, utilizaremos o termo “música” no decorrer do artigo para se referir à produção de canções populares. Essas generalizações produzem uma confusão epistemológica que dificulta a conceituação exata dos termos.

Figura 1 - Mercado de música gravada



Fonte: MIDiA Research (2024)⁸.

8 MULLIGAN, M. Global recorded music revenues grew by 9.8% in 2023. *Midia Research*, [S. l.], 18 mar. 2024. Disponível em: <https://www.midiaresearch.com/blog/global-recorded-music-revenues-grew-by-98-in-2023>. Acesso: 06/04/2024.

O relatório da *MIDiA* revelou uma receita significativa de US\$ 12,9 bilhões de dólares gerada por gravadoras não-*majors*, que refere-se a gravadoras que não fazem parte das grandes gravadoras multinacionais dominantes na indústria musical, e artistas independentes; dentro da categoria independente, os artistas-diretos, que definiremos mais adiante no artigo. Dentro do cenário independente mundial, as pessoas que se denominam como artistas-diretos somam cerca de 6,4 milhões de músicos, contribuindo com uma receita de US\$ 1,8 bilhão, conforme estimado pela *MIDiA* (2024). Esses artistas optam por autopublicação, utilizando plataformas de distribuição como *Dito*, *Distrokid* e *TuneCore*.

De acordo com Glenn Peoples (2024), um dos motivos para esta diferença de US\$ 6.5 bilhões é a divergência de critérios adotados pelas agências que elaboram os relatórios, os relatórios da *MIDiA Research* incluem receitas mais abrangentes, enquanto os relatórios da IFPI não abordam essas receitas. Em outras palavras, além das gravadoras coletarem *royalties de performance*, licenças de sincronização e direitos conexos, os relatórios da *MIDiA* também consideram outras fontes de renda, como parte dos lucros dos artistas provenientes de mercadorias, turnês e *branding*. Ainda segundo Peoples (2024), a diferença destes dois relatórios não são necessariamente um erro, mas apenas uma visão diferente, já que

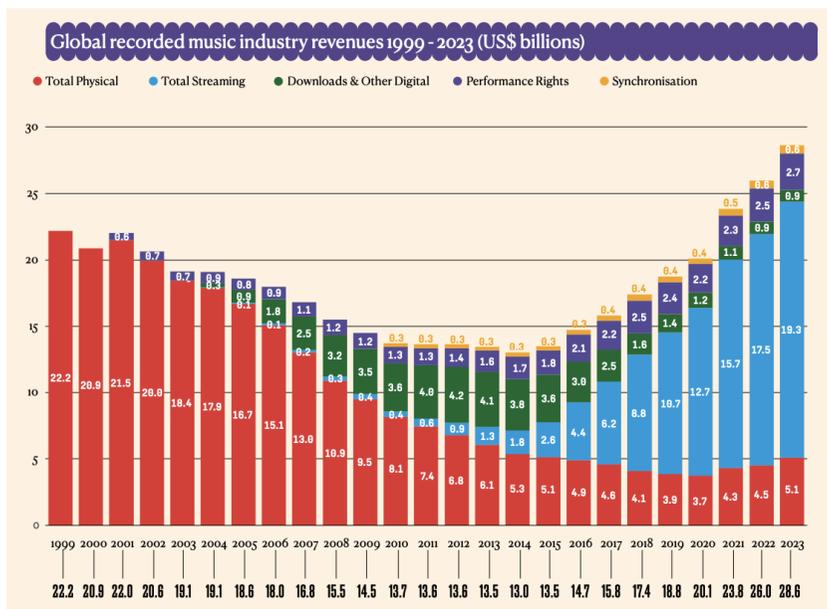
as figuras de receita da IFPI refletem como as gravadoras monetizam os direitos associados às gravações mestras por meio de vendas, streaming e licenciamento. A figura de receita da *MIDiA* reconhece que o papel das gravadoras se expandiu muito além da monetização das masters (Peoples, 2024)⁹.

A figura 2, a seguir, apresenta os valores acumulados até 2023 segundo a IFPI, exibidos no gráfico onde o eixo vertical representa os valores em bilhões de dólares e o eixo horizontal demarca o tempo entre 1999 a 2023. A receita é representada por cinco cores distintas,

9 PEOPLES, Glenn. **Why Are IFPI & MIDiA's 2023 Revenue Figures So Far Apart?** The Answer Lies in 'Expanded Rights'. *Billboard*, [S. l.], 22 abr. 2024. Disponível em: <https://www.billboard.com/pro/music-revenue-2023-why-ifpi-midia-numbers-different/>. Acesso: 05/04/2024.

cada uma correspondendo a uma fonte: vermelho para suportes físicos, azul para *streaming*, verde para *downloads* e outras formas digitais, rosa para direitos de *performance* e amarelo para sincronizações.

Figura 2 - Valores arrecadados no mercado global de 1999 até 2023



Fonte: IFPI Global Music Report (2024)¹⁰.

Ao observar o gráfico contido na figura 2, é possível notar a transição do consumo físico (vermelho) para o digital (verde e azul) ao longo do tempo, entretanto de 2020 a 2023 ocorreu um pequeno aumento do consumo de formato físico pelo terceiro ano consecutivo com receita de US\$ 5,1 bilhões.

Muitas gravadoras independentes enfrentam desafios para distribuir diretamente seus fonogramas em plataformas de *streaming*, assim como, dentro da categoria independente, os artistas-diretos. Nesse contexto, as grandes gravadoras têm desempenhado papel fundamental ao oferecer distribuição por meio de suas próprias

10 IFPI Global Music Report 2024 - PDF https://ifpi-website-cms.s3.eu-west-2.amazonaws.com/IFPI_GMR_2024_State_of_the_Industry_db92a1c9c1.pdf

redes, atendendo à demanda e facilitando a distribuição de música independente, e em contrapartida recebendo uma porcentagem por essa distribuição. Considerando um cenário em que há mais de 100 mil *uploads* de fonogramas por dia, conforme apontado por Glenn Peoples (2023)¹¹ na *Billboard*¹², e levando em conta a presença de plataformas de *streaming* e outras plataformas de *upload* direto, como a *SoundCloud*, esse número pode ser ainda maior.

Dessa forma, mesmo que os artistas independentes e, dentro desta categoria, os artistas-diretos não estejam diretamente ligados às grandes gravadoras, a receita gerada por eles acaba, de certa maneira, influenciando indiretamente a receita das *majors*. Isso contribui para a expansão contínua dessas empresas no mercado, como aponta Mark Mulligan (2021).

A relação artista independente, artista-direto e artista-empresendedor

O artista independente é aquele que desenvolve canções de forma autônoma, bem como outros gêneros musicais, sem a intervenção de terceiros, mantendo o controle total sobre todas as etapas do processo inventivo. Isso inclui desde a concepção da obra até a sua distribuição e divulgação. Ao não firmar contratos com grandes gravadoras, o artista independente preserva seus direitos autorais e a liberdade de decisão sobre sua obra (Cerqueira, 2018).

É importante destacar que o artista independente pode colaborar com gravadoras independentes, desde que mantenha o controle primordial sobre sua obra e fonograma. Assim, mesmo ao trabalhar com uma gravadora, o artista ainda é considerado independente (Cerqueira, 2018). No entanto, ao assinar contratos com

11 PEOPLES, Glenn. The Ledger: Are There Really 100,000 New Songs Uploaded a Day? Maybe More. *Billboard*. [S. l.] 2 mar 2023. Disponível em: <https://www.billboard.com/pro/how-much-music-added-spotify-streaming-services-daily/>. Acesso: 10/04/2024.

12 A *Billboard* é considerada uma fonte respeitável de informações sobre música, entretenimento e cultura pop. É conhecida principalmente por suas tabelas musicais, como a *Billboard Hot 100*, que é uma referência global para medir o sucesso e a popularidade das músicas. Além disso, a *Billboard* oferece notícias, análises, entrevistas e cobertura de eventos relacionados à indústria musical. Disponível em: <https://www.billboard.com/pro/how-much-music-added-spotify-streaming-services-daily/>. Acesso: 14/04/2024.

grandes gravadoras em troca de financiamento, o artista abdica parte de sua independência artística.

Carlos Mills¹³ (2022)¹⁴, ressalta a diversidade entre artistas e gravadoras independentes, destacando que muitas vezes esses selos menores têm um impacto significativo em seus nichos específicos. Nesse sentido, inferimos que essa diversidade pode ser fundamental para a cena independente, pois permite que diferentes poéticas musicais, estilos, gêneros musicais e público sejam atendidos de maneira mais eficaz do que pelas grandes gravadoras.

Semelhante a muitos casos, Clemente Magalhães (2022), destaca exemplos de artistas da América do Norte que começaram como independentes e alcançaram sucesso global, tais como Taylor Swift e Adele. Assim, é comum que a maioria dos artistas que alcançaram projeção e sucesso de vendas tenham começado como independentes e, em muitos casos, após ter atraído a atenção de grandes gravadoras, tenham a oferta de ingressar em uma *major*, seja por escolha própria ou devido a ofertas recebidas (Mills; Magalhães; 2022). A trajetória de artistas como Billie Eilish, cantora e compositora estadunidense, é um exemplo marcante do que foi apontado por Mills e Magalhães (2022). Aos 13 anos, junto com seu irmão Finneas O'Connell, ela produziu e lançou de forma independente o *single Ocean Eyes*. Isso ilustra como o sucesso de venda e projeção de um artista independente podem gerar oportunidades em diversos níveis da indústria musical de canções.

A transformação do artista independente ao longo das décadas também é notável. O músico independente dos anos 1970 era mais

13 Presidente da Associação Brasileira da Música Independente (ABMI) e membro da Merlin. A ABMI (2001) busca "ser um elemento de identidade da produção independente no Brasil e um negociador dos interesses comuns do setor, como a criação de estrutura própria de funcionamento, em especial a distribuição e a abertura de mercados tanto no país quanto no exterior" (Marchi, 2006, p. 6). A Merlin é uma agência global de direitos digitais que representa gravadoras independentes. Fundado em 2007, negocia acordos de licenciamento digital com plataformas como *Spotify* e *Apple Music*. Seu objetivo é garantir que as gravadoras independentes recebam remuneração justa e tenham acesso equitativo a oportunidades de distribuição digital em escala global, fortalecendo sua posição frente às grandes gravadoras no mercado de música digital.

14 Carlos Mills | Presidente da ABMI | Papo com Clé. Produtor: Clemente Magalhães. Youtube: Corredor 5, 26 de maio de 2022. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=NnOJ2WBTzbc>. Acesso: 01/11/2022.

autossuficiente, financiando sua própria carreira, enquanto nos anos 1980 e 1990 surgiram artistas mais próximos do modelo empreendedor, buscando estratégias comerciais para alcançar o sucesso (Marchi, 2006). Essas mudanças refletem não apenas a evolução das práticas na indústria musical, mas também a crescente influência dos artistas independentes na moldagem de novos paradigmas de sucesso.

Os autores Nakano (2010), Sabetta (2020), Cerqueira (2018) e Ruiz (2015) discutem de forma interligada a transformação do papel do artista atual na produção musical de canções. Nakano (2010) destaca a crescente importância das tecnologias de produção na cena independente, enfatizando o surgimento do artista-empresário como uma figura central nesse contexto. Por sua vez, Sabetta (2020) observa que o termo *artista-empresário* ganhou relevância significativa após 2015, refletindo a consolidação do mercado fonográfico e a necessidade de uma abordagem estratégica por parte dos músicos.

Estes [artistas-empresários], acabam utilizando os recursos de uma forma mais integrada, mais equilibrada, mais estratégica e eficaz comparado aos outros, com uma perspectiva de longo prazo e múltiplas oportunidades de receita. Se aproxima da atividade do gestor de carreira, se ele assume essa postura de alguém que tem essa visão estratégica (Sabetta, 2020, 00:09:22)¹⁵.

Cerqueira (2018) complementa essa visão ao descrever a nova realidade da produção musical e indicar que há necessidade de que os músicos assumam papel de empresários de si mesmos (empresariamento), além dos papéis estritamente relacionados às práticas musicais, como composição e arranjo. Isso implica habilidades diversificadas, desde o relacionamento com contratantes até o gerenciamento das redes sociais e a avaliação dos resultados obtidos. Essa abordagem mais abrangente é crucial para os músicos empresários, conforme ressalta o autor:

15 SABETTA, Fábio. Mesa Redonda: Plano de carreira e negócios criativos. Youtube. Tomada Um Udesc, 26 de novembro de 2020. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=OYMI1YsNuVM8&t=468s>. Acesso: 13/11/2022.

[...] habilidades de relacionamento, comunicação e organização. Contato com contratantes, envio de material para imprensa, alimentação de redes sociais, administração do caixa, planejamento do desenvolvimento da carreira e avaliação dos resultados alcançados são exemplos das novas frentes de atuação dos músicos empreendedores, que assumem a execução, a comercialização e o gerenciamento da sua própria carreira (Cerqueira, 2018, p. 14).

Por fim, Ruiz (2015) caracteriza o cenário da música independente ou *indie*, no qual artistas-diretos e artistas-empreendedores, juntamente com produtores musicais e outros agentes, desempenham um papel fundamental na produção e no gerenciamento de suas carreiras. Essa autonomia permite que eles atuem em todas as fases do processo, desde a composição até a distribuição física do material, quebrando a dependência direta das grandes gravadoras e adotando uma abordagem mais holística e independente para sua jornada artística. Contudo, a extensão real dessa autonomia é questionável, dado que as *majors* frequentemente possuem participações em distribuidoras de fonogramas e são parceiras em plataformas de *streaming*, resultando em uma certa porcentagem de receita obtida pelos artistas independentes (Benevides, 2019).

O termo *artista-direto* (*artist direct*), conforme discutido em artigos de Mark Mulligan na *MIDiA* (2020; 2021; 2022; 2023; 2024), pode ser comparado à noção de um autoprodutor. Segundo Ruiz (2015), essas produções autônomas representam uma subcategoria dentro do setor independente do mercado de canções, em que os artistas têm semelhanças marcantes com o *mainstream*¹⁶, ao passo que os autoprodutores se aproximam mais do perfil do produtor independente dos anos setenta.

Com base no que já foi apresentado, é possível fazer certa subclassificação entre os artistas independentes: o artista-direto e o artista-empreendedor. Ambos executam todo o processo, mesmo que

16 *Mainstream* refere-se a ideias, atividades ou produtos amplamente aceitos e seguidos por um grande número de pessoas (Hesmondhalgh, 2013). Na música, descreve estilos ou artistas que alcançaram grande popularidade e são amplamente divulgados, contrastando com os que pertencem a nichos mais específicos.

contratem alguém para gravação, mixagem ou masterização. Eles participam ativamente e financiam o processo. Assim, não há um terceiro desempenhando a função de produtor fonográfico; o artista-direto, bem como o artista-empresendedor, tomam suas próprias decisões e investem financeiramente em seu trabalho. Para ilustrar, o artista-direto está mais alinhado com a abordagem dos músicos dos anos de 1970, enquanto o artista-empresendedor se assemelha mais ao modelo dos músicos independentes das décadas de 1980 e 1990. O artista-direto tende a priorizar a eternização de sua obra, independentemente do reconhecimento imediato, enquanto o artista-empresendedor busca principalmente o reconhecimento imediato de seu trabalho publicado.

Além disso, o artista-empresendedor funciona como uma empresa, como o próprio nome sugere. Ao nosso ver, esse artista investe financeira e pessoalmente de forma mais intensa, considerando isso como uma profissão e estabelecendo metas a serem alcançadas. Atualmente, é necessário focar nas redes sociais e na interação direta com o público consumidor, investindo significativamente em *marketing* e mantendo uma presença constante nas redes sociais para divulgar seu trabalho e criar proximidade junto a esse público, comumente denominado *fãs* e seguidores. Da mesma forma que o artista-direto, o empresário também toma suas próprias decisões e detém os direitos sobre o que produz, como destaca Mills:

[...] se apropriarem dessas ferramentas que já existem pra negócios de uma forma geral, porque o artista em geral não tem problema com criatividade, com criação, com produção de conteúdo. Mas hoje em dia infelizmente só isso não é suficiente, então se apropriar parte desta linguagem ligada ao marketing, ligada ao planejamento estratégico, ligada a noção de produto... assim, são ferramentas que pessoal de administração já tá cansado de ver, mas o pessoal de música tem uma barreira, uma dificuldade de entender e de se apropriar mesmo dessas ferramentas. É cada vez mais necessário e importante, não para necessariamente eles fazerem tudo, porque é humanamente impossível, esse é outro toque que eu dou, tenha uma equipe, nem que seja teu irmão [...] sua mãe, seu pai, seu irmão, sua namorada, tenha uma equipe, faça uma divisão de tarefas porque o trabalho hoje é infinito, a verdade é

essa. Então você tem que saber elencar prioridades, ter ajuda, conforme você cresce na carreira você vai começar a ter um produtor, um empresário, uma gravadora ou uma distribuidora e você vai começar a entender aquilo que você faz já naturalmente bem e com mais facilidade e vai buscar ajuda para aquelas áreas que você precisa ter e que você eventualmente não tem tempo ou talento pra fazer (Mills, 2022, 01:22:07)¹⁷.

Há, contudo, um perfil diferente de artista independente que merece destaque. Este tipo de artista ascende ao ganhar reconhecimento e, eventualmente, firma parceria com gravadoras influentes no mercado, como apresentado anteriormente por Mills e Magalhães (2022). Embora esteja inserido no cenário *mainstream*, não está vinculado às principais gravadoras (*majors*) e, conseqüentemente só por estar neste lugar, já não desfruta da mesma liberdade inventiva. O foco desse artista se volta muitas vezes para as demandas do mercado, lançando canções que seguem tendências anteriores de sucesso. Mesmo visível na cena nacional, esse artista ultrapassou a fase inicial de conquistar uma pequena base de fãs, o que o coloca em um patamar de visibilidade diferente. No entanto, sua acessibilidade diminui em comparação a um artista-empresendedor, que mantém contato direto e constante com seu público, cultivando uma relação mais próxima. Esse artista possui uma equipe de assessoria para gerenciar suas redes sociais e interagir com o público, o que alivia parte das responsabilidades que os artistas-direto e empreendedor enfrentam (Mills; Magalhães, 2022).

Diferentemente do artista-empresendedor, o artista-direto pode carecer de um enfoque mais empreendedor e de um trabalho mais eficaz e de estudo com *marketing* para que os fonogramas sejam escutados. O artista-direto tende a buscar uma produção mais livre de imposições do mercado musical, mesmo que isso signifique registrar seu trabalho sem garantias imediatas de sucesso. Apesar de investir consideravelmente em seu trabalho, o artista-direto geralmente alcança sua base de fãs de forma gradual, informalmente por meio do *boca a boca* e da construção lenta de sua presença no cenário musical. Esses dois perfis delineiam as nuances e desafios enfrentados pelos artistas independentes, mostrando como cada abordagem tem suas características e desafios

17 Entrevista para o canal Corredor 5, estreou em 26 de maio de 2022, disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=NnOJ2WBTzbc>. Acesso: 25/09/2022.

distintos, onde a conquista por destaque é um trabalho árduo já que afinal são mais de 100 mil *singles* lançados por dia no mundo, segundo Glenn Peoples (2023). Percebe-se, contudo, que ambas as categorias descritas, e principalmente o artista-empresendedor, precisa investir seu trabalho mais no âmbito da comunicação de sua produção musical, do que propriamente na busca de uma poética musical ou melhoria de suas condições técnico-musicais. Nessas condições, investir prioritariamente na comunicação pode garantir o eventual sucesso, sem ter necessariamente uma qualidade musical correspondente a esse “sucesso”, tornando-o frágil, descartável e com rápido esquecimento e substituição no mercado musical de canções.

Surgimento das cenas independentes no Brasil

Para compreender a produção independente de canções é fundamental entender que ela se contrapõe ao sucesso comercial das grandes indústrias musicais (*majors*), caracterizando-se como uma expressão cultural autônoma, frequentemente designada como *cenas independentes* ou *indies* (Benevides, 2019, p. 2). Além de introduzir novos critérios de originalidade, essa produção pode despertar uma conexão e empatia significativas entre os fãs.

É relevante traçar brevemente a história da indústria fonográfica brasileira para contextualizar o surgimento da produção independente. O início do século XX é marcado pelo estabelecimento da indústria fonográfica brasileira com a fundação da Casa Edison, no Rio de Janeiro (Marchi, 2006).

Conforme apontado por Leonardo de Marchi (2006), essa indústria passou por marcos importantes, como a introdução da gravação elétrica, do microfone e o florescimento de gêneros musicais como o samba, na década de 1930. O autor também afirma que, na década de 1970, houve avanços no mercado musical com políticas de estímulo à produção nacional, como a Lei de Benefício Fiscal da Música Brasileira e a criação do Escritório de Arrecadação dos Direitos Autorais (ECAD). Além disso, surgiram novos suportes, como o LP e as fitas K7.

Nesse mesmo período, a partir dos anos 1970, ocorreu um influxo significativo de empresas transnacionais no Brasil, acarretando uma acirrada competição por espaço no mercado nacional. Gradualmente, essas empresas estrangeiras passaram a dominar o mercado, enquanto algumas gravadoras nacionais faliram ou foram adquiridas por corporações estrangeiras, como apontado por Marchi (2006).

Essa invasão das indústrias transnacionais gerou um descontentamento considerável na comunidade musical, como apontado por Marchi (2006). Segundo o autor, o mercado da música popular brasileira sofreu uma transformação radical com a hegemonia de gêneros internacionais e a imposição de políticas produtivas pelas gravadoras, acarretando pressões sobre a inventividade dos artistas brasileiros, entre outras preocupações que resumidamente poderiam ser interpretadas como uma perda de espaço para a música brasileira “autêntica”, ou seja, com características composicionais oriundas da oralidade popular, do cancionero tradicional e dos gêneros da música popular brasileira já consolidados.

Essa insatisfação se intensificou devido ao contexto geral de repressão ditatorial, resultando em um profundo descontentamento com as empresas transnacionais, evidenciado nas tensões entre os músicos e as gravadoras dominantes, conforme Marchi (2006) relata neste trecho:

Para muitos músicos, o resultado foi uma drástica mudança no mercado de música popular, com a consolidação de gêneros internacionais, o surgimento de novas políticas de produtividade impostas pelas gravadoras, o que supostamente gerava pressões sobre a “criatividade” dos artistas nacionais, entre outras reclamações que poderiam ser sintetizadas como a sensação de perda de espaço da “autêntica” música brasileira. Somando-se isso ao quadro geral de repressão ditatorial, intensificou-se o descontentamento com as empresas transnacionais. Havia desconfianças em relação a uma suposta colaboração entre gravadoras e a censura governamental. Com efeito, muitos músicos percebiam as gravadoras estrangeiras como aliadas aos interesses militares (Marchi, 2006 p. 3).

Aliado ao descontentamento da classe musical, na década de 1970, o avanço das tecnologias que reduzem custos levou músicos, produtores, engenheiros de som e outros profissionais a investirem em equipamentos de gravação, buscando se desvincular das grandes gravadoras. Esse avanço tecnológico, especialmente a digitalização, possibilitou o uso de computadores pessoais para gravação, substituindo os processos em fita magnética que exigiam equipamentos sofisticados e caros. Segundo Nakano (2010), essa mudança de paradigma deu origem aos *bedroom studios* (estúdios caseiros), conhecidos atualmente como *home studio* (estúdio em casa), como evidenciado pelo autor no trecho subsequente:

O uso dos computadores pessoais determinou expressiva queda nos investimentos, que passaram a ser acessíveis não só a empresas, como também para indivíduos, permitindo, por exemplo, que os próprios artistas e produtores montassem pequenos estúdios de gravação, os chamados *bedroom studios* (Alexander, 1994; Hesmondhalgh, 1998), e passassem a gravar com qualidade aceitável para o mercado (Nakano, 2010 p. 5).

Como já mencionado, de acordo com Marchi (2006), o surgimento da produção musical independente de canções no Brasil também teve uma conotação política. Durante o período ditatorial houve um grande estímulo às gravadoras transnacionais, o que gerou um profundo descontentamento entre os artistas, fortalecendo o movimento independente.

Além da competição no mercado, havia uma inquietude em relação ao apoio dos militares às multinacionais, que restringiam a liberdade artística. Marchi destaca que os artistas independentes, ao se apresentarem como uma opção às grandes corporações, realçaram a característica “nacional” de suas produções em contraponto ao perfil “estrangeiro” das grandes gravadoras. Assim, a cena independente não apenas emergiu como um movimento artístico, mas também se transformou em um gesto político, defendendo a autenticidade da música brasileira (Marchi, 2006).

Um aspecto crucial no surgimento da produção independente é destacado por Benevides (2019), que associa o desenvolvimento desse cenário à performance ao vivo. A ascensão desse movimento se deu através da organização de eventos musicais, especialmente os festivais independentes de canções (Benevides, 2019).

Conseqüentemente, ainda segundo Benevides (2019), o mercado independente de canções passou a ser considerado um “mercado de produção econômica”, e atraiu uma ampla gama de profissionais em várias áreas, gerando capital substancial, especialmente através dos eventos ao vivo (Benevides, 2019, p. 2). Isso motivou muitos profissionais do ramo das apresentações ao vivo a expandirem suas atividades para incluir a produção de fonogramas e a sua distribuição, impulsionados pelos lucros gerados pelos eventos musicais ao vivo. Esse crescimento não apenas expandiu o escopo de produção, mas também fortaleceu a presença desse mercado no panorama musical.

O início da produção independente de canções no Brasil é atribuído por Marchi (2006) e Ruiz (2005) ao lançamento do álbum *Feito em Casa* pelo músico Antônio Adolfo em 1977. Produzido de maneira totalmente artesanal, como o próprio título sugere, esse álbum foi um marco nesse movimento. Porém, foi com o álbum de estreia do grupo *Boca Livre* em 1980 que a produção independente começou a ganhar amplo reconhecimento no mercado fonográfico brasileiro, vendendo mais de 80 mil cópias e recebendo avaliações positivas (Marchi, 2006).

Embora não tenha sido o primeiro disco independente de canção da década, o álbum do grupo *Boca Livre* foi o que mais destacou a tendência emergente na indústria fonográfica brasileira. Marchi (2006) relata que os títulos do LP *Feito em Casa* e do selo *Artezanal*, evocam a produção em pequena escala em oposição aos métodos massivos das grandes gravadoras. Essa referência ao ambiente caseiro na produção artística também simboliza o controle direto do artista sobre sua obra, sem burocracias, enfatizando a liberdade de invenção e a autonomia dos artistas sobre seu trabalho. Esses álbuns independentes não apenas representaram um desvio dos métodos tradicionais das gravadoras, mas também moldaram o cenário musical brasileiro de canções, abrindo

caminho para mais artistas explorarem esse modelo de produção e ganharem destaque e reconhecimento.

Em uma entrevista à Folha de São Paulo em 1979, Antônio Adolfo expressou que as grandes gravadoras da época privilegiavam artistas de sucesso em vendas, deixando de lado aqueles que não alcançavam altos números de cópias vendidas. Ele descreveu o trabalho minucioso que realizou para produzir e lançar seu próprio disco, relatando que assumiu todas as etapas que uma gravadora normalmente desempenha para vários artistas. Desde a produção musical até a comercialização, Antônio Adolfo se envolveu em cada detalhe, desde a confecção da capa até a venda pessoal nas lojas em todo o Brasil. Esse empenho resultou, na época, no sucesso do seu primeiro disco *Feito em Casa* - atualmente ainda disponível para compra apenas no formato de LPs usados em sebos e sites de venda de discos, ou para escuta gratuita em plataformas de *streaming* - como coloca Adolfo:

Todo o papel que uma gravadora faz para vários artistas, eu faço para o meu trabalho. Eu mesmo lanço e comercializo os meus discos. Produzo a parte musical, faço a capa, mando prensar - há fábricas que fazem esse trabalho - mando imprimir e viajo por todo o Brasil, indo pessoalmente vender nas lojas o LP. Quando eu fiz o primeiro disco, "Feito em Casa", - corri todo o Brasil. Ia às lojas e me apresentava como o músico Antônio Adolfo, compositor, e dizia que eu mesmo estava lançando o meu trabalho. Por já ser um pouco conhecido, eu tive sorte, a maioria das lojas importantes compraram o disco. Ele teve uma saída razoável, até hoje vende. Agora, eu estou sabendo também que as lojas andam um pouco vazias de

público, de clientes, de fregueses, o povo mesmo não está conseguindo comprar disco (Adolfo, 1979)¹⁸.

Segundo Vicente (2005), a década de 1980 foi marcada por diversas iniciativas para fortalecer a cena independente, com músicos e produtores independentes trabalhando em conjunto. Surgiram entidades como a Associação dos Produtores Independentes de Discos (APID) e a Coomusa, que dedicou um departamento exclusivo para divulgação e distribuição de trabalhos independentes. O autor também pontua que, projetos como o *Lira Paulistana*¹⁹ também foram fundamentais, proporcionando debates, apoio para *shows* e espaço para a realização de eventos.

Marchi (2006) destaca que houve esforços para fortalecer a cena independente de forma profissional, mas esses esforços foram interrompidos pela crise econômica e divergências entre artistas e entidades. No entanto, com a estabilização econômica no final da década de 1990, segundo o autor, a produção independente retomou seu vigor. Surgiu, então, a *Nova Produção Independente*, com maior preparo profissional para atuar nesse mercado brasileiro, representando um conjunto de gravadoras nacionais que emergiram no mercado fonográfico nacional desde o final dos anos 1990, como elucidado por Marchi (2006) no trecho a seguir:

Se, por um lado, essa nova geração de independentes retoma o esforço de revitalizar a produção nacional de discos, objetivo último de seus antecessores, por outro, mostra-se mais bem preparada profissionalmente para atuar no mercado de música brasileira. Além de contarem com os profissionais experientes da indústria fonográfica,

18 O feito em casa em busca de um lugar, Folha de São Paulo, 28/10/1979. disponível em: <https://edicaoodigital.folha.uol.com.br/?done=http://acervo.folha.uol.com.br/leitor.do?numero=7112&keyword=a%2Cb%2Cbusca&anchor=4269496%20&origem=busca&originURL=&pd=a8224e4e1b05b5627214f7c3a3b72c86> Acesso: 12/11/2022.

19 O projeto *Lira Paulistana* (1979-1986), realizado em um teatro situado num porão, englobava uma variedade de atividades, incluindo debates sobre a cena e a produção independente no Brasil, suporte para *shows* e busca por locais para realização de eventos, criação de uma gráfica e um selo fonográfico (Silva, 2010).

algumas dessas empresas têm respaldo em sólido apoio de capital (Marchi, 2006).

Segundo Vicente (2005), nos anos 1990, a indústria fonográfica demonstrava pouco interesse por gêneros musicais como *rock n' roll* e MPB, por exemplo, priorizando artistas de outros gêneros que garantiam vendas expressivas, tais como: sertanejo, POP, pagode e axé. Belchior, Tim Maia e Tetê Spindola, são citados no trabalho do autor como exemplos de artistas que tiveram que financiar seu próprio trabalho, atuando de forma independente. Neste sentido é importante destacar que, nas primeiras gravações independentes, cerca de duas décadas antes, buscava-se liberdade de produção, resultando em discos feitos de forma artesanal, em contraste com o rigor nos padrões fonográficos das grandes gravadoras.

Nas gravadoras independentes desta nova fase, há uma busca por esses padrões, comparáveis ao das *major*s, tendo inclusive muitos profissionais vindos dessas grandes gravadoras integrando suas equipes ou sendo os próprios donos (Vicente, 2005).

O conceito de *novo artista* independente, discutido por Vicente (2005), é também aprofundado na análise de Marchi (2006) na seguinte descrição:

[...] esses novos independentes são bastante distintos de seus antecessores setentistas. Em primeiro lugar, afastam-se da imagem do músico autônomo que produzia seu próprio disco ao se definirem como empresas, que conciliam as expectativas comerciais com suas diretrizes estéticas. Diferentemente daqueles, que se organizavam para viabilizar uma determinada obra musical, na esperança de que a mera gravação do material os destacasse no mercado, os diretores artísticos, e mesmo sócios, das novas gravadoras e selos entendem-nas como empreendimentos e que devem cuidar para que seus produtos alcancem o mercado em condições competitivas com os de outras empresas, isto é, as grandes gravadoras. Dessa forma, os independentes dos anos 1990 se tornaram mais músicos administradores do que autônomos (Marchi, 2006, p. 10).

Um aspecto interessante desse movimento cooperativo entre independentes é a disponibilização de um acervo de música digital no portal *eMusic* por diversas gravadoras e selos independentes, algo diferente do que era praticado pelas *majors* na época. Até meados dos anos 2000, as músicas das grandes gravadoras não estavam legalmente disponíveis no mercado de música digital, conforme observado por Michel (2018).

Os autores Vicente (2005), Marchi (2006), Benevides (2019) e Nakano (2010) oferecem uma visão abrangente sobre o surgimento e transformação da produção musical independente de canções. Desde a década de 1970 até meados dos anos 2000, há um contexto marcado pela insatisfação dos artistas com as grandes gravadoras e pela busca por autonomia e liberdade inventiva. O surgimento das primeiras gravações independentes foi um marco, seguido pelo desenvolvimento de tecnologias que possibilitaram estúdios caseiros e produções mais acessíveis. A colaboração entre músicos e produtores independentes, evidenciada por iniciativas como festivais e associações, foi crucial para fortalecer essa cena. Além disso, a transição para o ambiente digital trouxe desafios e oportunidades únicas, como a disponibilização de música independente, instrumental e canções, em plataformas digitais, atualmente cada vez mais massificadas com o aumento excessivo de lançamentos diários como será abordado mais adiante. Ao longo desse percurso, pode-se inferir que os músicos independentes se tornaram também empreendedores, buscando equilibrar suas visões artísticas com estratégias de mercado, em uma dinâmica que reflete a constante transformação da indústria musical independente.

A “nova” produção independente (meados de 2000)

A transformação da produção independente durante os anos 2000, tanto instrumental quanto de canções, foi marcada por uma busca incessante de autonomia em relação às grandes gravadoras. Os artistas independentes desenvolveram suas próprias estruturas de produção e distribuição, adaptando-se ao declínio do sistema físico de distribuição em prol dos meios digitais emergentes (Marchi 2006). Um fenômeno interessante atual é o ressurgimento da comercialização de suportes físicos, como discos de vinil, que vem crescendo pelo terceiro

ano consecutivo, conforme dados da *Recording Industry Association of America* (2023)²⁰ e do relatório da IFPI (2024), atendendo ao apelo nostálgico e ao fascínio de colecionadores tanto por remasterizações de obras antológicas quanto por lançamentos contemporâneos.

Marchi (2006) cunhou o termo “nova produção independente” (NPI) para descrever esse movimento que se destacou na década de 1990, diferenciando-o das práticas das décadas anteriores. E, neste sentido, essa nova geração buscou:

evitar parcerias desfavoráveis com as grandes gravadoras e/ou outros agentes do mercado de música, os novos independentes têm desenvolvido sistemas próprios de produção e distribuição. É possível notar que, apesar de flexível, as estruturas das principais empresas independentes tendem à concentração de etapas produtivas, já terceirizadas nas grandes gravadoras, como estúdios de gravação e, principalmente, sistemas de distribuição (Marchi, 2006, p. 6).

Sob essa perspectiva, o autor defende que a acessibilidade financeira a essas tecnologias para a gravação de músicas foi um catalisador crucial no crescimento da produção musical independente. Esse crescimento não só resultou em uma maior quantidade de música gravada, mas também desafiou a hegemonia das grandes gravadoras, abrindo novas vias de acesso dos artistas para o mercado musical, ocorrendo uma democratização mais ampla na indústria fonográfica.

Dentro desse contexto, Cerqueira (2015) investigou o cenário imediatamente após a implementação das plataformas de streaming, a partir de meados de 2012. O autor destaca a importância da profissionalização na nova produção independente e a sua resistência ao capital estrangeiro, contrastando com as grandes gravadoras. No entanto, ao longo do tempo, percebe-se que essas gravadoras independentes tendem a se assemelhar, em termos organizacionais,

20 RIAA, *Mid-Year 2023 Revenue Report*. [S. l.], set. 2023. Disponível em: <https://www.riaa.com/wp-content/uploads/2023/09/RIAA-Mid-Year-2023-Revenue-Report.pdf>. Acesso: 25/07/2024.

às *majors* (Cerqueira, 2015). A autora igualmente levanta a questão da necessidade de uma diferenciação mais precisa entre os diversos agentes que atuam nesse cenário independente, especialmente devido à expansão significativa desse mercado no país. Seguindo a lógica de Cerqueira (2015), apenas o artista que possui autonomia em todas as fases do processo – como invenção, produção, distribuição, divulgação, entre outras – pode ser considerado um “novo tipo de independente”.

A visão de Cerqueira (2015) sobre a nova produção independente ecoa a perspectiva de Marchi (2006), destacando não apenas a busca pela autonomia em relação ao capital estrangeiro, mas também a profissionalização e a capacidade de gerir todas as etapas do processo da produção musical. E, nesse contexto, Marchi (2006) reforça que os artistas independentes podem controlar melhor sua própria distribuição e destaca o papel do artista-empresendedor, que tem um controle direto sobre todas as etapas da produção musical, gerando um grande valor simbólico no fim das etapas (Marchi, 2006). Essa abordagem destaca uma semelhança entre o artista independente, o artista-direto/autoprodutor e o artista-empresendedor, que hoje desenvolve todas as tarefas relacionadas ao processo descrito.

As cenas independentes atuais e a conexão com o público

É importante destacar que um dos principais impulsionadores atuais das cenas independentes é a estreita conexão entre artistas e seus fãs. Segundo Steve Albini (2014), isso se deve à internet (WEB), que possibilitou ao artista “pular” etapas – sem utilizar o sistema de distribuição desenvolvido pelas *majors*. O autor também aponta que essa nova estrutura, na qual “a música é compartilhada de forma informal e as bandas têm uma relação direta com os fãs, foi construído pelas bandas e pelos fãs à maneira do antigo movimento *underground*”²¹ (Albini, 2014, s.p).

21 “Music is shared informally and the bands have a direct relationship to the fans was built by the bands and the fans in the manner of the old underground. It skips all the intermediary steps”.

Esse fenômeno está alinhado com as reflexões de Benevides (2019), que ressalta a ligação entre o artista e a dedicação dos fãs, desde ouvir e pesquisar canções até participar de eventos musicais, gerando uma identificação simbólica. Essa identificação promove uma relação significativa, conhecido como “engajamento” na atualidade, fortalecendo a cena independente e impulsionando os artistas, como destaca Benevides:

A possibilidade de florescimento e renovação dos bens culturais que as cenas independentes proporcionam, na medida em que se constituem como os contextos sociais para as rupturas estéticas, levam à produção artística – desde a concepção e criação das obras até a apresentação (performance) –, ao contínuo surgimento de artistas e bandas, majoritariamente de gêneros populares, à divulgação, à circulação dos artistas e à distribuição do produto musical. Assim, formas de produção, que são atributos dos campos de produção restrita, e as formas de circulação e distribuição, que são atributos do mercado cultural, encontram-se em relação com as cenas (Benevides, 2019, p. 3).

Artistas têm aproveitado as redes sociais como *Instagram*, *Youtube*, *TikTok* e *X* (antigo *Twitter*)²², para se conectar e manter proximidade com fãs de diferentes lugares. Eles realizam transmissões ao vivo onde os fãs podem interagir em tempo real através de comentários e *emojis*, além de permitir que os telespectadores participem das transmissões ao vivo e compartilhem a tela com o artista. Um exemplo relevante é o canal *Corredor 5*²³ no *YouTube*, apresentado por Clemente Magalhães, que se tornou uma importante fonte sobre a indústria da canção. Nesse canal, Magalhães realiza entrevistas com diversas pessoas relacionadas à área, desde músicos em ascensão até artistas renomados, compositores e produtores culturais do Brasil.

22 O Twitter foi rebatizado como **X** em 27 de julho de 2023 após a aquisição pela Elon Musk.

23 O **Corredor 5** é um canal do YouTube dedicado a análises e discussões aprofundadas sobre temas variados, incluindo música, cultura e eventos atuais. O canal oferece conteúdo informativo e crítico, frequentemente apresentado por especialistas na área. Para mais informações, visite o canal disponível em: <https://www.youtube.com/CanalCorredor5>. Acesso: 26/07/2024.

Em uma dessas conversas, Clemente Magalhães e Amanda Souza²⁴ (2022), empresária e produtora cultural, destacam a importância das redes sociais para quem deseja trabalhar com música atualmente tendo foco no músico/artista, enfatizando que não basta apenas gostar de tocar ou subir ao palco. Eles ressaltam a necessidade de utilizar as redes sociais como uma ferramenta essencial para divulgação e interação com o público, o que é fundamental para construir uma carreira sólida na indústria musical. Magalhães (2022) ilustra esse ponto com o relato de um artista que inicialmente não gostava de postar nas redes sociais, mas percebeu que era uma parte essencial para viver da música que amava. Ele enfatiza que as redes sociais são parte integrante da narrativa contemporânea do mercado musical, principalmente das canções, onde novas histórias e novos processos são compostos e registrados para as futuras gerações.

Em uma outra conversa Magalhães e Carlos Mills (2022) destacam uma visão positiva sobre o mercado musical atual, descrevendo-o como mais democrático e acessível do que nunca para selos e artistas independentes. Mills (2022, 00:35:02) enfatiza a vantagem da acessibilidade, comparando-a com o antigo modelo de “prateleira da loja” (discos de vinil, CDs, entre outros suportes) que era restrito a poucas empresas devido a exigências logísticas complexas. Mills destaca que hoje, através dos agregadores²⁵, um artista pode estar disponível em lojas virtuais em várias partes do mundo com apenas alguns toques no celular, o que representa um avanço significativo, embora não resolva todos os problemas do setor musical.

Tanto Mills (2022) quanto Souza (2022) ressaltam a importância do engajamento²⁶ diário nas redes sociais para artistas independentes.

24 Amanda Souza, empresária artística. Papo com Clê. Produtor: Clemente Magalhães. Youtube: Corredor 5, 17 de outubro de 2022. Minutagem: 49:56 a 59:27. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=1CynLz2kZDE>. Acesso: 01/11/2022.

25 No âmbito musical, *agregadores* são plataformas ou serviços que facilitam a distribuição e o gerenciamento de músicas em várias plataformas digitais e lojas de música online. Eles atuam como intermediários entre os artistas (ou suas gravadoras) e os serviços de streaming, lojas de música digital e outras plataformas de distribuição.

26 Engajamento nas redes sociais é o grau de interação que o público tem com o conteúdo publicado, incluindo ações como curtidas, comentários, compartilhamentos e visualizações. Ele mede o nível de interesse e participação dos seguidores em relação às postagens e atividades de uma conta. Para artistas, um alto engajamento indica uma conexão forte com os fãs e pode impulsionar a visibilidade e o sucesso das suas iniciativas.

Para Mills, é fundamental cultivar seguidores fiéis e interativos, destacando a qualidade sobre a quantidade de seguidores. Por outro lado, Mills e Clemente destacam a necessidade de o artista independente conquistar mais espaço no mercado musical, especialmente diante da concentração de poder nas mãos das grandes gravadoras, afinal, dificilmente elas deixarão de existir.

Souza (2022) enfatiza a importância de preservar a diversidade cultural e o espaço para artistas em seus nichos e independentes, que muitas vezes são negligenciados pelas corporações maiores em favor de gêneros e estilos mais populares. Ambas as visões convergem na importância do papel das redes sociais e da diversidade cultural na indústria musical atual.

É possível inferir, pelo que abordamos até aqui, que o contexto atual dos artistas independentes é marcado por uma constante luta por visibilidade. É preciso não apenas chamar a atenção de uma parcela do público, bem como construir uma base de fãs engajada e interessada no trabalho desenvolvido pelo artista (Mills, 2022; Souza, 2022). Enquanto no passado era necessário captar o interesse de uma única pessoa para ser notado por uma grande gravadora, hoje em dia é necessário atrair e conquistar uma audiência muito mais ampla, uma pessoa de cada vez, o que demanda um esforço contínuo e estratégico para construir essa conexão com o público. Embora as oportunidades tenham se expandido para todos, a competição pela atenção do público aumentou significativamente, como destacaram Magalhães e Mills (2022, 00.36.44) ao se referirem à “*competição da atenção*”.

O surgimento de músicos independentes que alcançam sucesso viral²⁷ na era digital tem alterado o panorama da produção musical de canções. Um exemplo marcante que podemos apontar é Ana Vilela, cujo vídeo da canção *Trem Bala* tornou-se um fenômeno internacional após sua *performance* no programa televisivo *Caldeirão do Huck*, na *Rede Globo de Televisão*. Com isso, Ana assinou com a gravadora *Som Livre*, agora parte da *Sony Music Entertainment*. Luan Santana também ilustra esse cenário, inicialmente gravando canções de forma amadora

27 Um **sucesso viral** é um conteúdo que se espalha rapidamente e amplamente na internet, gerando alta visibilidade e engajamento em um curto período.

que se tornaram virais no *YouTube*, tendo como resultado um contrato com a gravadora *Som Livre* após o sucesso de seu álbum *Tô de Cara*.

Houve uma mudança significativa na produção independente de canções desde os anos setenta até os dias atuais. Gravadoras rotuladas como independentes agora operam de maneira semelhante às *majors*, investindo em artistas em destaque e garantindo ampla divulgação. A distribuição tornou-se mais simples graças à internet, permitindo que artistas independentes distribuam suas canções mesmo sem uma divulgação abrangente, muitas vezes de forma gratuita. No entanto, o retorno financeiro desses fonogramas geralmente não corresponde ao investimento inicial do artista, sendo necessário recorrer a outras formas de divulgação, como *shows* ao vivo e produtos relacionados, para gerar receita.

A inteligência artificial e a algoritmização²⁸ da canção

○ aprimoramento constante das tecnologias traz novidades impactantes e que já surtem efeito direto na produção de música, como a crescente presença da Inteligência Artificial (IA) em diversas áreas. Segundo os autores Cozman, Plonski e Neri (2021), essa tecnologia teve seu início oficial em 1956, com um período inicial de otimismo que se estendeu até o início dos anos 1970. Contudo, nesse período, a IA enfrentou desafios e teve seu financiamento reduzido devido à falta de resultados claros, apontam os autores. O interesse renovado na década de 1980, impulsionado pelo sucesso dos sistemas especialistas, levou ao desenvolvimento de técnicas simbólicas para representação e manipulação do conhecimento (Cozman; Plonski; Neri, 2021).

Continuando a linha de raciocínio dos autores, a década de 1990 marcou avanços significativos, como a vitória do computador *Deep Blue* sobre o campeão mundial de xadrez em 1997, destacando o

28 Termo derivado da palavra algoritmo – qualquer procedimento computacional bem definido que toma algum valor ou conjunto de valores como entrada e produz algum valor ou conjunto de valores como saída (Cormen; Leiserson; Rivest; Stein, 2009, p. 17) – aqui utilizado em licença poética referindo-se ao ato de algoritmizar, ou seja, o uso de algoritmos na composição musical para gerar novas peças a partir de estilos, gêneros e estruturas fornecidos como entrada, aplicando técnicas computacionais para “inventar” composições.

potencial da IA em desafios complexos. A partir de 2011, com o acesso a grandes volumes de dados e avanços no aprendizado de máquina, a IA evoluiu rapidamente, especialmente com o surgimento do aprendizado profundo, superando em desempenho muitas tarefas humanas em áreas como jogos complexos e processamento de linguagem natural.

Agora a IA se estabeleceu, conquistando um mercado significativo, impulsionando o progresso e as pesquisas na área. Nesse período, o aprendizado de máquina, especialmente impulsionado pelo aprendizado profundo, revolucionou a IA e atingiu desempenho superior ao humano em várias áreas, do reconhecimento visual de objetos a jogos complexos. Aprendizado profundo é um tipo de rede neural que explora de modo eficaz a enorme quantidade de dados disponíveis atualmente e grande poder e velocidade computacionais das máquinas modernas (Cozman, Plonski e Neri, 2021, p. 61).

O século XXI testemunhou uma explosão de inovações em Inteligência Artificial, especialmente com o advento do aprendizado profundo (*deep learning*) e o avanço do processamento de linguagem natural. Os autores Cozman, Plonski e Neri (2021) ainda sustentam que, essas tecnologias estão se tornando cada vez mais integradas ao nosso cotidiano, presentes em aplicativos como *chatbots*²⁹, sistemas de reconhecimento facial em tempo real e assistentes virtuais de alta sofisticação. Esse cenário reflete um panorama diversificado e em constante evolução da IA.

No cenário musical não é diferente, diversas plataformas para facilitar a produção musical são utilizadas com mais frequência. Dentre aplicativos como *Ozone*³⁰ - este aplicativo possui uma ferramenta denominada *Master Assistant* (assistente de masterização), que auxilia os usuários, após uma análise detalhada do áudio, a obter rapidamente

29 Chatbots são programas de computador projetados para simular uma conversa com usuários humanos, geralmente através de interfaces de texto ou voz. Eles utilizam técnicas de processamento de linguagem natural (PLN) e inteligência artificial (IA) para entender e responder a perguntas ou comandos dos usuários de forma automatizada.

30 **IZOTOPE.** *Ozone*. Disponível em: <https://www.izotope.com/en/products/ozone.html>. Acesso: 26/07/2024.

configurações personalizadas de equalização, compressão e diversos outros parâmetros, resultando em um áudio com boa qualidade de masterização - e *Voice AI*³¹ - permite modificar o timbre da voz de uma gravação vocal e até mesmo emular vozes conhecidas do grande público disponíveis em bancos de dados. A plataforma *Suno AI*³² tem conquistado recentemente destaque ao compor música, principalmente canções, com base em poucas informações de texto fornecidas pelo usuário. Essa ferramenta ainda não gera músicas com a singularidade de um compositor humano, porém representa uma mudança intrigante, pois não apenas facilita o processo de composição, mas também levanta questões sobre o papel dos compositores, instrumentistas e cantores tradicionais diante dessa automatização, com potencial para afetar esse mercado de trabalho, principalmente o publicitário, que cada vez menos necessita de músicos na produção de peças publicitárias. Será que a sociedade já está consumindo, inadvertidamente, canções compostas pela IA, personificadas em artistas que possam ter assumido a autoria?

Com padrões já bem consolidados, tanto de composição quanto de *performance*, as canções para o mercado musical tornam-se suscetíveis a esse tipo de intervenção da IA, justamente pela padronização fonográfica e mercadológica desenvolvida desde o início do século XX e que levou à certa simplificação desse produto musical. A IA, ao nosso ver, exclui do processo composicional da canção a arte da cancionista ao algoritmizar estilos, gêneros, textos, sequências harmônicas, instrumentação e orquestração do arranjo, possibilidades de transgressões poéticas, bem como sugere os maneirismos vocais das performances segundo o gênero da canção (como será possível notar mais adiante nos exemplos contidos nas figuras 4, 5 e 6).

Como exemplo dessas ferramentas tecnológicas, a *Suno AI* oferece uma variedade de planos para atender às necessidades de

31 **VOICE.AI.** *Voice AI.* Disponível em: <https://voice.ai/>. Acesso: 26/07/2024.

32 A *Suno AI Music Generator* é uma plataforma lançada em julho de 2023 que oferece uma maneira nova de compor músicas através de descrições de texto. Atualmente na versão 3, a plataforma evoluiu consideravelmente desde o seu lançamento. Desenvolvida por uma equipe de músicos e especialistas em inteligência artificial com sede em Cambridge, MA, os fundadores dizem ter orgulho de serem ex-alunos de empresas de tecnologia pioneiras como *Meta*, *TikTok* e *Kensho* - SUNO.AI. *Suno AI.* Disponível em: <https://app.suno.ai/>. Acesso: 26/07/2024.

seus usuários (Suno, 2024). Segundo a plataforma, o plano gratuito oferece 50 créditos diários, permitindo a criação de até 10 músicas, já o plano profissional, disponível por US\$ 8 dólares mensais, oferece a capacidade de gerar até 200 músicas. Para aqueles que necessitam de um volume maior de músicas, o plano completo, por US\$ 24 dólares mensais, possibilita a geração de até 2.000 músicas e oferece a opção de enviar uma proposta para quantidades adicionais.

Com essa flexibilidade de escolha, a *Suno AI Music Generator* terceiriza para o usuário o processo de composição e arranjo musical, tornando acessível e descomplicado. Não é preciso ter conhecimento musical algum; basta escrever algumas palavras, preencher os espaços com a descrição da música desejada e deixar o algoritmo da IA formular opções musicais com base nas informações descritas pelo usuário. A própria plataforma se divulga desta maneira, como é possível observar no texto a seguir:

Suno está construindo um futuro onde qualquer pessoa pode fazer ótima música. Se você é um cantor de chuveiro ou um artista em ascensão, nós quebramos as barreiras entre você e a música que você sonha em fazer. Nenhum instrumento necessário, apenas imaginação. Da sua mente para a música (Suno, 2024)³³.

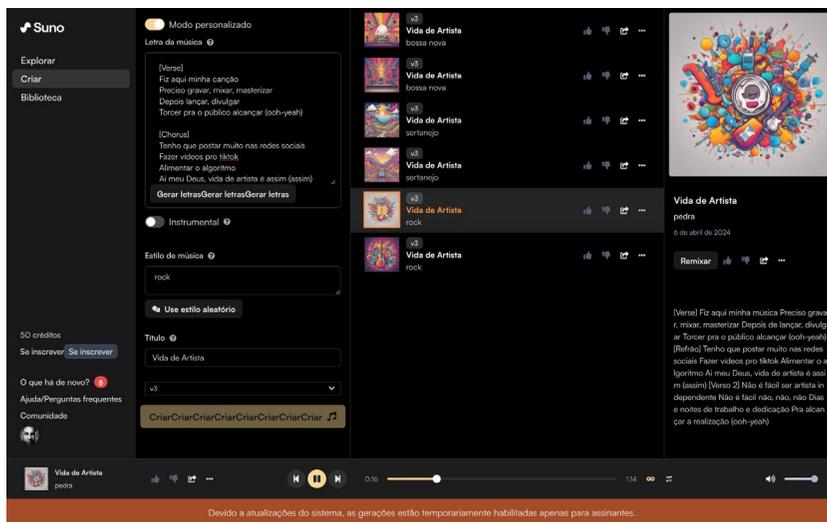
A plataforma é de uso simples, com campos para inserir informações como nome da música, letra e gênero. No campo da letra, pode-se fazer um esboço e pedir ajuda do IA para melhorá-la.

Em um experimento-teste, escrevemos um texto curto e pedimos ao *Suno* IA para melhorá-lo. Escolhemos o gênero *Bossa Nova* e, em 18 segundos, a IA compilou a letra, harmonia, melodia e entregou duas versões gravadas da canção com duração em torno de 1 minuto. O mesmo aconteceu quando mudamos para os gêneros *sertanejo* e *rock*. As versões de cada gênero estão disponíveis nos códigos QR abaixo³⁴.

33 SUNO. Sobre. 2024. Disponível em: <https://www.suno.ai/>. Acesso: 07/04/2024.

34 Para usar um QR code, basta escanear o código com um aplicativo de leitura de QR code no seu dispositivo móvel para acessar o conteúdo ou o link associado

Figura 3 - Teste de Composição Gerada pelo aplicativo Suno AI



Fonte: Aplicativo Suno AI (2024).

Figura 4 - Vida de Artista - Bossa Nova



Figura 5 - Vida de Artista - Sertanejo



Figura 6 - Vida de Artista - Rock



○ avanço dessas tecnologias levanta várias questões acerca do procedimento e uso do IA: até que ponto essas inovações impactarão a produção musical de forma geral, especialmente no que diz respeito à invenção musical? A repetição exaustiva de padrões musicais cada vez mais redundantes ao se utilizar a IA, principalmente nas canções, podem impactar ainda mais a (des)construção da diversidade nos gostos musicais de uma sociedade? A IA possivelmente utiliza uma biblioteca de músicas com décadas de material, e nesse sentido, quem é o real compositor destas obras formuladas por essa ferramenta?

A partir do que foi colocado, essa atual forma de composição musical através da algoritmização (ao nosso ver mais próxima da edição do que da invenção), e principalmente da canção, é um tema aqui apontado como uma exponencial tendência, que requer uma investigação mais aprofundada por meio de novas pesquisas, a fim de compreendermos melhor seus efeitos e implicações no cenário musical contemporâneo.

Considerações finais

A história da indústria fonográfica brasileira revela um cenário dinâmico de mudanças e adaptações ao longo do tempo. Nas décadas de 1970 e 1980 observamos a transição da produção artesanal para a busca pelo rigor tecnológico e de expertises, com a ascensão de produtores independentes que investiram em estúdios de gravação independentes após saírem das grandes gravadoras devido à crise econômica. Esse movimento permitiu a gravação de obras de artistas que não interessavam às *majors*, criando visibilidade para essas gravadoras, que buscavam retornos financeiros garantidos por meio de artistas de grande vendagem.

Atualmente, essa dinâmica modificou-se para um contexto em que as redes sociais (*Instagram*, *X*, *TikTok*, entre outras) se tornaram um meio de visibilidade mais informal para artistas independentes. A relação entre artistas e gravadoras independentes continua a ser uma via de destaque, com artistas investindo em seus próprios trabalhos e ganhando visibilidade, muitas vezes sendo atraídos pelas grandes gravadoras após o reconhecimento obtido.

A retrospectiva e análise do desenvolvimento da produção musical independente, principalmente da canção no Brasil, pelo exposto, revela uma trajetória marcada por transformações significativas ao longo das décadas. Desde o surgimento dos primeiros movimentos independentes até os dias atuais, observamos transformações que envolve não apenas a autonomia dos artistas, mas também a reconfiguração dos papéis e das relações na indústria fonográfica, principalmente daqueles ligados à produção de canções.

No início, a produção independente representava uma alternativa aos modelos estabelecidos pelas grandes gravadoras, permitindo que os artistas tivessem maior controle sobre suas obras e seu processo inventivo. A figura do músico independente, muitas vezes associada ao artista direto/autoprodutor ou ao artista empreendedor, tornou-se emblemática nesse cenário, destacando-se pela capacidade (ou necessidade) de gerir todas as etapas da produção musical e pela busca constante por inovação e independência financeira.

A ascensão das redes sociais e das plataformas digitais apresenta um cenário misto de desafios e oportunidades para os artistas independentes. Além do seu trabalho musical, esses artistas agora precisam explorar outras áreas, como estudar e compreender os algoritmos e se adaptar às exigências dessas plataformas para se destacarem. A conexão direta com os fãs por meio dessas ferramentas tornou-se essencial para construir uma base sólida de admiradores e manter um engajamento significativo com o público. Essas redes não apenas ampliaram o alcance das produções independentes, mas também permitiram uma interação mais próxima e direta entre os artistas e seus admiradores.

Apesar das mudanças e do fortalecimento da cena independente, as grandes gravadoras ainda mantêm uma influência significativa no mercado musical de canções, principalmente. Elas continuam a ter relação com os tipos de produção, desde os artistas independentes até os de grande destaque, o que evidencia a complexidade e a diversidade do cenário fonográfico atual. No entanto, é importante ressaltar que o novo artista independente está em constante transformação e crescimento, como apontam os relatórios do IFPI 2024 e da MIDiA 2024,

adaptando-se às demandas e às oportunidades proporcionadas pelas plataformas digitais e pelas dinâmicas do mercado.

Nesse contexto de constante transformação, o papel do novo independente também envolve a gestão estratégica das redes sociais, o cultivo de uma comunidade engajada de fãs, a busca por parcerias e oportunidades de divulgação, além da incessante busca por inovação e reinvenção artística. É um cenário desafiador, mas que também oferece espaço para a inventividade, a experimentação e a diversidade cultural na indústria musical brasileira, desde que o uso de ferramentas tecnológicas que utilizam a IA e a algoritmização não sequestrem a poética musical. Ao nosso ver, a produção independente foi e pode continuar a ser possibilidade de renovação e de democratização do mercado da música, abrindo caminhos para narrativas musicais plurais e dinâmicas.

Referências

ADOLFO, Antônio. O feito em casa em busca de um lugar. Folha de São Paulo, 28/10/1979. disponível em: <https://acervo.folha.com.br/leitor.do?numero=7112&keyword=o%2Cbusca&anchor=4269496&origem=busca&originURL=&pd=a8224e4e1b05b5627214f7c3a3b72c86>. Acesso: 18/07/2024.

ALBINI, Steve. Steve Albini's keynote address at Face the Music in full. 17 nov. 2014. Disponível em: <https://www.theguardian.com/music/2014/nov/17/steve-albinis-keynote-address-at-face-the-music-in-full>. Acesso: 03/07/2024.

BENEVIDES, R. DE F. As cenas independentes e a música ao vivo: elementos da nova configuração da música na atualidade. Sociedade e Cultura, Goiânia, v. 22, n. 2, 6 out. 2019.

BENKLER, Yochai. **The Wealth of Networks: How Social Production Transforms Markets and Freedom**. New Haven: Yale University Press, 2006.

CERQUEIRA, A. C. Viver de Música: empreendedorismo cultural e precarização do trabalho. *Cadernos de Estudos Sociais*, [S. l.], v. 33, n. 1, p. 85-107, 2018. Disponível em: <https://periodicos.fundaj.gov.br/CAD/article/view/1677>. Acesso: 18/07/2024.

CERQUEIRA, A. P. C. Músicos Independentes: um conceito em discussão na cena da música brasileira. *IS Working Paper*, v. 3, n. 5, p. 1-21, nov. 2015.

CORMEN, Thomas H.; LEISERSON, Charles E.; RIVEST, Ronald L.; STEIN, Clifford. **Algoritmos**. Tradução Arlete Simille Marques. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012. 1 v. (il.)

COSTA, A. H. R., BARROS, L. N. D., REZENDE, S. O., SICHMAN, J. S., & MUNHOZ, H. N., *et al.* **Trajectoria acadêmica da inteligência artificial no Brasil. Inteligência artificial: avanços e tendências**. São Paulo: Instituto de Estudos Avançados, 2021.

COZMAN, F.; PLONSKI, G.; NERI, R. *et al.* **Artificial Intelligence and its Evolution: A Comprehensive Review**. São Paulo: Editora Exemplo, 2021.

FRITH, Simon; MARSHALL, Lee. **Music and Copyright**. London: Edinburgh University Press, 2004.

HESMONDHALGH, David. **Why Music Matters**. Malden: Polity Press, 2013.

INTERNATIONAL FEDERATION OF THE PHONOGRAPHIC INDUSTRY - IFPI. *Global Music Report*. Disponível em: <https://globalmusicreport.ifpi.org/>. Acesso: 24/07/2024.

IFPI. *IFPI global music report 2024*. Disponível em: https://ifpi-website-cms.s3.eu-west-2.amazonaws.com/IFPI_GMR_2024_State_of_the_Industry_db92a1c9c1.pdf. Acesso: 06/04/2024.

IZOTOPE. *Ozone*. Disponível em: <https://www.izotope.com/en/products/ozone.html>. Acesso: 26/07/2024.

MARCHI, L. DE. Do Marginal ao Empreendedor: transformações no conceito de produção fonográfica independente no Brasil. ECO-PÓS, v. 9, n. 1, p. 1-20, jan./jul. 2006.

MARCHI, L. Indústria fonográfica e a Nova Produção Independente: o futuro da música brasileira? Comunicação, Mídia e Consumo, São Paulo, v. 3, n. 7, p. 1-9, jul. 2006.

MICHEL, R. C. Música, Redes e Tecnologia na Periferia: um estudo acerca dos impactos tecnológicos na produção de rap na zona sul de São Paulo. 2018, Tese (Doutorado em Economia) – Centro de Desenvolvimento e Planejamento Regional - Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2018.

MILLS, Carlos. CARLOS MILLS: presidente da ABMI, papo com Clê. Diretor: Clemente Magalhães. [S. l.: s. n.], 2022. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=NnOJ2WBTzbc>. Acesso: 18/07/2024.

MULLIGAN, M. Welcome to the Age of the Artist. Midia Research. [S. l.], 27 fev. 2020. Disponível em: <https://web.archive.org/web/20240225050441/https://www.midiaresearch.com/blog/welcome-to-the-age-of-the-artist/>. Acesso: 18/07/2024.

MULLIGAN, M. Recorded Music Market Shares 2021 red Letter Year. Midia Research. [S. l.], 18 mar.. 2022. Disponível em: <https://web.archive.org/web/20240414163401/https://www.midiaresearch.com/blog/recorded-music-market-shares-2021-red-letter-year>. Acesso: 18/07/2024.

MULLIGAN, M. IFPI confirms Global Recorded Music Revenue Growth. Midia Research. [S. l.], 23 mar. 2021. Disponível em: <https://web.archive.org/web/20240330191854/https://www.midiaresearch.com/blog/ifpi-confirms-global-recorded-music-revenue-growth>. Acesso: 18/07/2024.

MULLIGAN, M. Global recorded music revenues grew by 9.8% in 2023. Midia Research. [S. l.] 18 mar. 2024. Disponível em: <https://www.midiaresearch.com/blog/global-recorded-music-revenues-grew-by-98-in-2023>. Acesso: 06/04/2024.

NAKANO, D. A produção independente e a desverticalização da cadeia produtiva da música. Gestão & Produção, [S. l.] v. 17, n. 3, p. 627-638, 2010.

PEOPLES, Glenn. Why Are IFPI & MIDiA's 2023 Revenue Figures So Far Apart? The Answer Lies in 'Expanded Rights'. Billboard. [S. l.] 22 abr. 2024. Disponível em: <https://www.billboard.com/pro/music-revenue-2023-why-ifpi-midia-numbers-different/>. Acesso: 05/04/2024.

PEOPLES, Glenn. The Ledger: Are There Really 100,000 New Songs Uploaded a Day? Maybe More. Billboard. [S. l.] 2 mar 2023. Disponível em: <https://www.billboard.com/pro/how-much-music-added-spotify-streaming-services-daily/>. Acesso: 10/04/2024.

RUIZ, R. B. O Jazz e a Produção Musical Independente no Brasil Setentista. In: Simpósio Nacional de História, XXVIII. 2015, Florianópolis. Anais [S. l.], jul. 2015, p. 1-11.

SABETTA, Fábio. Mesa Redonda: Plano de carreira e negócios criativos. Youtube. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=OYMIYsNuVM8&t=468s>. Acesso: 13/11/2022.

SILVA, Ivan. *O Lira Paulistana e a Formação do Movimento Independente em São Paulo*. 2010. Dissertação (Mestrado) - Universidade de São Paulo, São Paulo, 2010.

SOUZA, Amanda. AMANDA SOUZA: empresária artística, papo com Clê. Diretor: Clemente Magalhães. [S. l.: s. n.], 2022. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=1CynLz2kZDE>. Acesso: 18/07/2024.

SUNO. Sobre. 2024. Disponível em: <https://www.suno.ai/>. Acesso: 07/04/2024.

VICENTE, Eduardo. A Música Independente no Brasil: Uma Reflexão. in: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, XXVIII. 2005, Rio de Janeiro. Anais [S. l.] INTERCON, set. 2005, p. 1-13.

Sobre o autor e a autora

André Luiz Nunes da Silva: Formado em Licenciatura em Música pela UDESC (2023). Bacharelado em instrumento piano na UDESC (2024). Formado em Teoria Musical, Solfejo, Didática da Música e Instrumento Piano pelo Conservatório Musical Concórdia – SC (2015). Participou como compositor convidado do festival internacional *Fiato al Brasile*, na cidade de Faenza/Itália (2024 e 2020). Gravou a música de própria autoria “Simples Momento” com participação de Ney Matogrosso (2023). Participou do programa *Canta Comigo*, Record TV (2022). Contemplado no “Prêmio de Reconhecimento por Trajetória Cultural Aldir Blanc SC” (2020). Selecionado para a 21ª Mostra Infantil de Cinema de Florianópolis com o curta “Olha a Bruxaria - Um Conto de Santa Catarina” (2022). Participação como tenor do madrigal UDESC na abertura do 53º Festival Música Nova - Gilberto Mendes (2020).

Cristina Moura Emboaba da Costa Julião de Camargo: Docente efetiva no Departamento de Música do Centro de Artes da Universidade do Estado de Santa Catarina – UDESC desde 2015 em Regência, Coral e Prática de Conjunto e do Programa de Pós-Graduação em Música da UDESC, PPGMUS, na linha de pesquisa Processos Criativos. É integrante e líder do grupo de pesquisa MUSICS/UDESC. Seu projeto de pesquisa é sobre a atuação do “Regente na construção da *aisthesis* musical do educando” e seu programa de extensão “Engenho Musical” coordena os grupos Madrigal Udesc, Big Band Udesc e coral infantil Viva a Voz. Tem Doutorado e Mestrado em Musicologia pela Pós-Graduação da Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo ECA/USP. Bacharelado em Música com habilitação em Regência pela UNICAMP. É Regente e Docente convidada do Festival Internacional *Fiato al Brasile* (Itália) desde 2013 até as edições anuais.

Recebido em 22/04/2024

Aprovado em 31/07/2024