

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO  
DEPARTAMENTO DE RELAÇÕES PÚBLICAS, PUBLICIDADE E PROPAGANDA E  
TURISMO

VANESSA MARCONDES FONSECA

**A COMUNICAÇÃO NO DESENVOLVIMENTO DA MÚSICA E AS ESTRATÉGIAS  
MERCADOLÓGICAS DE ARTISTAS POP NA CONTEMPORANEIDADE: UM  
ESTUDO ILUSTRATIVO**

São Paulo  
2019

VANESSA MARCONDES FONSECA

**A COMUNICAÇÃO NO DESENVOLVIMENTO DA MÚSICA E AS ESTRATÉGIAS  
MERCADOLÓGICAS DE ARTISTAS POP NA CONTEMPORANEIDADE: UM  
ESTUDO ILUSTRATIVO**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Departamento de Relações Públicas, Propaganda e Turismo da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo para obtenção do título de Graduação como Bacharel em Comunicação Social, com habilitação em Relações Públicas.

Orientadora: Profa. Dra. Margarida Maria Krohling Kunsch

São Paulo  
2019

**Banca Examinadora**

Orientadora: Profa. Dra. Margarida Maria Krohling Kunsch - Instituição: ECA – USP

Julgamento: \_\_\_\_\_ Assinatura: \_\_\_\_\_

Membro da banca:

Julgamento: \_\_\_\_\_ Assinatura: \_\_\_\_\_

Membro da banca:

Julgamento: \_\_\_\_\_ Assinatura: \_\_\_\_\_

## AGRADECIMENTOS

À minha orientadora, pelo apoio ao tema escolhido e pela paciência para sanar todas as dúvidas pertinentes ao trabalho.

À ECA-USP, por ter feito com que eu enxergasse o mundo de forma tão mais clara em todos os anos de aprendizado.

Aos meus pais, por sempre terem apoiado todas as minhas decisões e por terem me inserido no mundo da música quando criança.

Ao meu namorado, por ajudar a me disciplinar a escrever e pelo suporte todas as vezes que precisei.

A todos os meus amigos, por me escutarem e não me deixarem desistir.

A todos que de alguma forma me auxiliaram a desenvolver este trabalho, muito obrigada.

“

*Sem música, a vida seria um erro.*

Friedrich Nietzsche

## RESUMO

**Resumo:** Este trabalho tem como objetivo analisar o papel da comunicação no desenvolvimento da música, apresentando um panorama histórico até chegar à indústria fonográfica no contexto do século XXI. Utilizados como objetos de análise foram escolhidos três artistas contemporâneos de referência em seus países de origem e três de seus trabalhos. Considerando todos os âmbitos da comunicação: desde a letra da música e a harmonia escolhida para compor, até a produção audiovisual e a comunicação realizada com seus públicos antes, durante e depois do lançamento, a análise explora a passagem da música como arte para a música como objeto de lucro no contexto capitalista. A importância disso se dá pelo fato de que parte da qualidade do conteúdo é sacrificada para manter o ritmo acelerado de lançamentos. Além disso, não é mais possível desvincular a vida particular do artista de seus trabalhos, reforçando a importância de se manter uma boa imagem e um bom relacionamento com seu público através da comunicação de via de mão dupla hoje possibilitada pelas redes sociais.

**Palavras-chave:** Comunicação; Indústria Fonográfica; Música pop; Indústria Cultural.

## ABSTRACT

**Abstract:** This work aims to analyze the role of communication in the development of music, presenting a historical panorama until reaching the music industry in the context of the 21st century. Used as objects of analysis were chosen three contemporary reference artists in their countries of origin and three of their works. Considering all the scopes of communication: from the lyrics of the song and the harmony chosen to compose, to the audiovisual production and communication with its audiences before, during and after the release, the analysis explores the transition from music as art to music as an object of profit in the capitalist context. The importance of this is because part of the quality of music content is sacrificed to maintain the accelerated pace of launches. Moreover, it is no longer possible to separate the artist's private life from its works, reinforcing the importance of maintaining a good image and a good relationship with its audience through the two-way communication now possible thanks to social networks.

**Key words:** Communication; Phonographic Industry; Pop music; Cultural Industry.

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>10</b>
<b>1 A INDÚSTRIA DA MÚSICA.....</b>	<b>12</b>
<b>1.1 DEFINIÇÃO DE MÚSICA.....</b>	<b>12</b>
<b>1.2 MÚSICA E LINGUAGEM .....</b>	<b>14</b>
<b>1.3 HISTÓRICO DA MÚSICA NA HUMANIDADE .....</b>	<b>18</b>
<b>1.4 A SOCIEDADE BURGUESA E A INDUSTRIALIZAÇÃO DA MÚSICA .....</b>	<b>19</b>
<b>2 GESTÃO DE COMUNICAÇÃO NA INDÚSTRIA DA MÚSICA .....</b>	<b>22</b>
<b>2.1 A INDÚSTRIA CULTURAL .....</b>	<b>22</b>
<b>2.2 A ASCENSÃO DA INDÚSTRIA FONOGRÁFICA .....</b>	<b>24</b>
<b>2.3 SERVIÇOS DE <i>STREAMING</i> E AS NOVAS COMUNICAÇÕES.....</b>	<b>27</b>
<b>3 CASOS ILUSTRATIVOS DE ARTISTAS NO CONTEXTO DA ATUALIDADE.....</b>	<b>30</b>
<b>3.1 ARTISTAS .....</b>	<b>30</b>
<b>3.2 TAYLOR SWIFT .....</b>	<b>31</b>
<b>3.2.1 Bad Blood.....</b>	<b>31</b>
3.2.1.1 Composição Musical .....	32
3.2.1.2 Produção Audiovisual .....	33
3.2.1.3 Análise.....	34
<b>3.2.2 Blank Space .....</b>	<b>35</b>
3.2.2.1 Composição Musical .....	35
3.2.2.2 Produção Audiovisual .....	36
3.2.2.3 Análise.....	37
<b>3.2.3 Shake It Off.....</b>	<b>38</b>
3.2.3.1 Composição Musical .....	38
3.2.3.2 Produção Audiovisual .....	39
3.2.3.3 Análise.....	39
<b>3.3 BTS.....</b>	<b>40</b>
<b>3.3.1 DNA.....</b>	<b>41</b>
3.3.1.1 Composição Musical .....	41
3.3.1.2 Produção Audiovisual .....	42
3.3.1.3 Análise.....	43
<b>3.3.2 Fake Love .....</b>	<b>43</b>
3.3.2.1 Composição Musical .....	43

3.3.2.2 Produção Audiovisual .....	44
3.3.2.3 Análise.....	44
<b>3.3.3 Boy With Luv .....</b>	<b>45</b>
3.3.3.1 Composição Musical .....	45
3.3.3.2 Produção Audiovisual .....	46
3.3.3.3 Análise.....	47
<b>3.4 ANITTA .....</b>	<b>47</b>
<b>3.4.1 Downtown.....</b>	<b>48</b>
3.4.1.1 Composição Musical .....	48
3.4.1.2 Produção Audiovisual .....	49
3.4.1.3 Análise.....	49
<b>3.4.2 Bang.....</b>	<b>50</b>
3.4.2.1 Composição Musical .....	50
3.4.2.2 Produção Audiovisual .....	50
3.4.2.3 Análise.....	51
<b>3.4.3 Vai Malandra.....</b>	<b>51</b>
3.4.3.1 Composição Musical .....	51
3.4.3.2 Produção Audiovisual .....	52
3.4.3.3 Análise.....	52
<b>3.5 ANÁLISE FINAL .....</b>	<b>53</b>
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>56</b>
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	<b>58</b>

## INTRODUÇÃO

Estudar o tema “música” no presente momento é tão complexo quanto estudar qualquer outra manifestação artística no contexto da Indústria Cultural. A música pode ser estudada sob a ótica da neurociência, da linguística, da matemática, da física, entre tantos outros ramos. Neste presente trabalho, o ponto de vista escolhido foi o da comunicação e como ela se relaciona com a música em um cenário em que absolutamente todas as coisas podem ser capazes de gerar lucro – inclusive as manifestações artísticas. Com pouco esforço, é possível notar as consequências da influência capitalista sobre as composições, uma vez que a industrialização das artes faz com que essas dependam inteiramente da aceitação do público.

No primeiro capítulo, é abordado o que é música sob o ponto de vista de diversos autores; como ela se relaciona com a linguagem – considerando tanto musicistas, quanto linguistas e filósofos; e é feito um histórico de sua importância para a humanidade, desde sua utilização como forma de se comunicar até a criação da música erudita de alto nível de complexidade, com os grandes compositores consagrados.

Posteriormente, no segundo capítulo, é aprofundado o tema da gestão da comunicação na indústria da música – considerando como base os teóricos Adorno e Horkheimer. Nesse capítulo também é abordada a evolução da indústria fonográfica até a ascensão das grandes gravadoras, relacionando ao contexto atual dos serviços de *streaming*.

Por fim, é feita uma análise a partir de casos ilustrativos aplicados, foram levantados três artistas de referência: Taylor Swift, um *case* de marketing americano perfeito; BTS, um grupo coreano de *kpop* em extrema ascensão global; e Anitta, funkeira brasileira que saiu das comunidades cariocas e atualmente agencia sua própria carreira, conquistando o mercado latino-americano pouco a pouco. O estudo tratou tanto da construção de sentido por meio da análise das letras quanto de alguns aspectos teórico-musicais; das produções audiovisuais das respectivas músicas e da carreira dos artistas como um todo, uma vez que hoje não é mais possível desvincular uma coisa da outra.

A questão final a ser respondida neste trabalho é como a indústria cultural - neste caso, mais especificamente a indústria da música - vem se desenvolvendo e realizando sua comunicação com seus públicos, como isso vem influenciando nas composições e como será a adaptação nesse cenário dos serviços de *streaming*, nos quais o artista tem mais importância que a indústria.

# 1 A INDÚSTRIA DA MÚSICA

Nesta primeira etapa do trabalho, discutimos de maneira mais ampla o tema a ser tratado, começando com algumas definições existentes de música, relacionando a música com a linguagem e apresentando um panorama geral da história da música na humanidade até chegar ao ponto em que a sociedade industrializa a música, fazendo-a deixar de ser somente arte.

## 1.1 DEFINIÇÃO DE MÚSICA

Para nós, seria impossível fazer qualquer consideração sobre música sem definir o que é música. Diversos autores ao longo dos anos tentaram definir música em palavras, gerando pontos de vistas opostos e controversos, na maior parte das vezes. Candé (2001), musicólogo francês, reuniu algumas definições de grandes filósofos em seu livro “História Universal da Música”.

Para Rousseau, conforme citado por Candé, a música é “a arte de reunir os sons de maneira agradável ao ouvido” (CANDÉ, 2001, p. 10), uma explicação bastante simplista - uma vez que há diversos tipos de música que não têm a finalidade de serem agradáveis aos ouvidos e o que é agradável ao ouvido de uma pessoa não necessariamente é agradável ao ouvido de outra. Já Littré, também citado por Candé (2001), filósofo francês famoso pela autoria do “Dicionário da Língua Francesa”, acreditava que a música é a “ciência ou emprego dos sons ditos racionais, isto é, que entram numa hierarquia chamada escala” (CANDÉ, 2001, p.10), uma definição que também deixa algumas brechas - uma vez que tocando aleatoriamente notas em um piano ou violão, por exemplo, também tem-se música e não necessariamente as notas estarão hierarquicamente organizadas em uma escala. O próprio Candé afirma que:

Em suma, a música parece ter sido, até hoje, a ação de agregar sons em função de um projeto comunicável, sem referência a uma realidade exterior. Ou então: a música é a comunicação de um agregado de sons organizados, agregado não significativo, mas coletivamente interpretável. (CANDÉ, 2001, p. 13-14).

Quando o musicólogo afirma que a música é coletivamente interpretável, mas não significativa, ele também abre brechas para compreensões diversas - considerando que para ser coletivamente interpretável, a música teria que ser significativa também. Assim, tem-se um paradoxo em sua definição.

Mais abaixo da França no continente europeu, o compositor e pianista italiano Busoni acreditava que a música é “ar sonoro”, pois descreve simultaneamente tudo e nada. (CANDÉ, 2001)

Trazendo o debate para o século XXI, o dicionário Michaelis<sup>1</sup> tem a definição de música como “arte de expressar ideias por meio de sons, de forma melodiosa e conforme certas regras” ou ainda “composição harmoniosa e envolvente de sons”, definições que também limitam o significado de música. Nesse aspecto, o musicólogo tcheco Nettl afirma em um artigo disponível em publicação eletrônica<sup>2</sup> que apresentar o conceito de música em um dicionário implica em uma “definição autoritária” ou “envolveria um entendimento muito abrangente do conceito”.

A discussão se estende até os dias atuais, então é importante deixar registrado que não há um consenso entre os músicos e filósofos para essa definição. O que se comprova cientificamente, segundo Patrícia Vanzella, líder do Grupo de Pesquisa em Neurociência e Música na Universidade Federal do ABC, é que a música é processada pelo cérebro humano através de estímulos. O processo da audição da música no cérebro envolve percepção, memória, atenção, processos mentais comuns a outras funções cognitivas<sup>3</sup>, como a linguagem.

George Lakoff e Mark Johnson, em seu livro de 1980 “Metaphors we live by” - que foi traduzido recentemente para “Metáforas da Vida Cotidiana” – propõem em sua obra que existem “coisas” cognitivamente complexas (considerando “coisas” absolutamente qualquer generalidade), que somente poderiam ser compreendidas por meio de metáforas. A música se encaixaria neste conceito, uma vez que não há uma explicação concreta para “o que é música?”. As respostas para esta pergunta variariam de indivíduo para indivíduo, sendo mais comum a pergunta “o que é música, para você?” do que genericamente e apenas “o que é música?”.

---

<sup>1</sup> Fonte: <<https://michaelis.uol.com.br/moderno-portugues/busca/portugues-brasileiro/m%C3%BAsica/>> Acesso em 23.05.2019

<sup>2</sup> Fonte: NETTL, Bruno. Music. Grove Music Online, itens I.1 a 5; III. 1 a 5, 7-8. Disponível em: <[www.oxfordmusiconline.com:80/subscriber/article/grove/music/40476](http://www.oxfordmusiconline.com:80/subscriber/article/grove/music/40476)>. Acesso em: 29/08/2009.

<sup>3</sup> Fonte: <<https://revistapesquisa.fapesp.br/2019/05/03/entrevista-patricia-vanzella/>> Acesso em 25.05.2019 às 22h30.

A intenção desse capítulo é trazer os mais diversos pontos de vista acerca do tema a ser tratado adiante. A comunicação teve papel fundamental em sua relação com a música para se chegar até o patamar que a música hoje se encontra na sociedade - o que vai ser discutido mais adiante.

## **1.2 MÚSICA E LINGUAGEM**

A comunicação e a música sempre andaram juntas desde que o homem desenvolveu a habilidade da fala. É difícil datar com números exatos há quanto tempo a música caminha junto com a sociedade. Os registros da música não-instrumental vêm desde os primórdios da humanidade, utilizada como linguagem emocional. Antes mesmo de a música ser tratada como objeto de lazer ou símbolo de poder econômico na Idade Média, ela já era utilizada através da voz e sons criados pelo corpo em ocasiões específicas. Quando se diz que a música era utilizada através da voz, vem o questionamento de se a música seria, então, uma forma de comunicação através de linguagem verbal.

A neurociência afirma que há uma série de similaridades entre linguagem e música. (VANZELLA, 2016) Ao pensar que música é linguagem, pressupõe-se que existe fonologia, sintaxe e semântica. Além de possivelmente fazer parte da história de uma cultura. Então, as possibilidades girariam em torno desses aspectos que uniriam ou não música e linguagem. Contudo, como toda ciência, ambas estão em constante mudança, admitindo novas teorias com o passar dos anos. Sendo assim, as possibilidades de relação entre uma e outra podem ou não se resumir a esses aspectos, uma vez que a música poderia vir a ser uma exceção à regra. Afinal, regras são estabelecidas após comprovações teóricas, portanto, podem surgir novas teorias e, assim, novas regras.

É interessante discutir primeiramente “o que é linguagem?” pelos pontos de vista de alguns linguistas e filósofos renomados, como Ferdinand de Saussure (2004), Émile Benveniste (2006), Noam Chomsky (1998) e David Lewis (1975). De maneira resumida e pontual, abaixo estão em contraste as diversas definições para linguagem.

Saussure (2004) afirma que linguagem é uma faculdade, um sistema de signos e convenções, pressupondo uma relação social para que esta exista. Benveniste (2006) desconsidera que linguagem seja um “instrumento de comunicação”, uma vez que defende que a linguagem dá *status* de sujeito ao homem. Chomsky (1998), por sua vez, acredita que a linguagem seja análoga a um “órgão” do corpo humano: é impossível retirá-la sem que o restante sofra consequências, ou seja, “é um subsistema de uma estrutura mais complexa”. Por fim, Lewis afirma que linguagem é “algo que atribui significados a certas cadeias de tipos de sons ou de marcas” (LEWIS, p.1, 1975), prevendo mecanismos que combinam sons vocais ou marcas em um papel (linguagem oral e escrita).

Pode-se observar uma diferença grande entre as definições dos pensadores, uma vez que Benveniste (2006) percorreu seus estudos baseado em Saussure, mas apresenta um ponto de vista diferente, e Chomsky (1998) e Lewis (1975) apresentam visões dispersas para a resposta da pergunta. Pode-se pressupor, então, que a linguagem jamais terá apenas uma definição, pois não há como sabermos como ela se iniciou ou como ela acabará, o que é possível afirmar é que ela está em constante mudanças e adquire novos significados a cada novo estudo realizado sobre o assunto.

Como não há um consenso e nem haverá, pressupõe-se aqui que linguagem necessita de fonologia, sintaxe e semântica, que são os princípios básicos que definem uma linguagem. Para a música, partir-se-á do pressuposto de que o grupo aqui estudado é de musicistas, ou seja, pessoas com amplo entendimento em música, e não leigos no assunto, para que se possa partir do pressuposto de que há um conhecimento anterior sobre música.

No que diz respeito à fonologia e à sintaxe, é possível se pensar que, sim, a música atende a essas duas necessidades para ser uma linguagem. Em línguas naturais, as letras são capazes de se unirem e formarem o que denominamos sílabas – as quais, em geral, possuem sons, mas não possuem significados, daí o estudo dos fonemas, a fonologia. Posteriormente, com as palavras já formadas, há a articulação e estudo da disposição dessas palavras na frase, a sintaxe. A música apresentaria tanto fonologia, porque as notas e os ritmos exerceriam função de fonemas – o elemento mínimo –, quanto sintaxe, pois é possível de se estudar a disposição da junção das notas – os denominados “acordes”, nos quais mais de uma

nota são tocadas ao mesmo tempo – individualmente, que ainda conteria um significado para quem já tivesse um conhecimento prévio.<sup>4</sup>

Assim, a música teria o necessário para os materiais de “construção” da linguagem, mas não há possibilidades análogas para estabelecer uma semântica musical, que estabeleceria as possíveis interpretações para as músicas. Mesmo dentro de um grupo de musicistas, haveria tantas dispersões nas interpretações, que não seria possível afirmar que se trata de uma semântica. Assim, considerando que música não tenha semântica, e partindo da premissa contrária de que linguagem é música, existe a possibilidade de que, então, linguagem não apresente semântica.

No entanto, quando fazemos uma leitura aprofundada em textos de Émile Benveniste, há um novo ponto de vista acerca de signos e seus sistemas. Benveniste (2006) propõe a existência de um sistema de “signos não linguísticos”, que englobariam as imagens, as reproduções plásticas, as músicas, entre outras artes. Segundo o filósofo, “os signos da sociedade podem ser integralmente interpretados pela língua, jamais o inverso” (BENVENISTE, p.56, 2006), o que significaria, então, que se pressupõe uma análise inversa, na qual a língua não poderia ser interpretada pelos signos.

Independente de um consenso entre filósofos se música é ou não uma linguagem, é importante destacar que há muitas semelhanças entre a constituição de ambas e isso gera debate e opiniões diversas até hoje. Há um consenso, no entanto, quando se afirma que a comunicação, por outro lado, está inteiramente vinculada à linguagem. O vínculo pode variar entre as opiniões, mas é unânime que o vínculo existe, invariavelmente. Como afirma Adilson Citelli:

[...] no centro do processo comunicacional está a linguagem em seus óbvios e evidentes laços sistêmicos com as dinâmicas empresariais, a força das organizações midiáticas, a economia da comunicação, as tecno-políticas etc. É a partir dela, linguagem, em suas formas de produção simbólica, que os contratos comunicacionais são estabelecidos no que interessa aos co-enunciadores: o alcance do discurso midiático posto em circulação social decorre dos arranjos, constituições, modulações, diálogos, pressões, contrapressões, impressões, composições, ditos, não ditos, acordos e desacordos assegurados pelos contextos enunciativos. (CITELLI, 2008, p. 26)

---

<sup>4</sup> Fonte: <<https://www.unicamp.br/iel/site/alunos/publicacoes/textos/m00011.htm>> Acesso em 15.06 às 14h00

Para Citelli (2008), a linguagem está no centro do processo comunicacional e é utilizada como ferramenta para fortalecer o diálogo com os mais diversos públicos pelos enunciadores. Como o autor menciona trazendo a discussão para o século XXI, “estamos frente a um novo patamar regulador das relações sociais e dos jogos de linguagem” (CITELLI, 2008, p.28), já não se trata mais de um enunciador e um interlocutor, mas sim um enunciador e um coenunciador - uma vez que as comunicações já não são mais via de mão única.

Portanto é possível de se afirmar que a música tem características de linguagem, mas não de comunicação - uma vez que a música é composta por enunciador e interlocutor, e não por dois enunciadores ao mesmo tempo.

Como afirma Patrícia Vanzella, especialista em neurociência musical, em seu estudo sobre correlatos neurais e processos cognitivos:

O comportamento social é característico da condição humana e a música é uma das formas de interação social mais comuns em todas as culturas. Povos das mais diversas regiões do planeta, desde a mais remota antiguidade, sempre apresentaram manifestações musicais em circunstâncias sociais muito semelhantes, independente da cultura de origem (i.e., cantos de guerra e de trabalho, hinos religiosos, cantigas de ninar, etc.). Ao evocar e modular emoções e facilitar a sincronização de movimentos e de estados de ânimo, a música é capaz de favorecer a colaboração entre indivíduos, de propiciar o estabelecimento de vínculos afetivos e de promover a coesão social. (VANZELLA, 2016, p. 2)

Isso quer dizer que muito antes de termos grandes composições, a música já era utilizada em suas mais diversas formas como forma de interação social. Considerando que a música passa uma mensagem - seja ela para lazer ou para outros fins, como cantos de guerra - é possível de se identificar outro ponto em comum entre música e linguagem.

A comunicação, no entanto, teve um papel mais objetivo no desenvolvimento da música - pois foi através dela que grandes músicos puderam ter seus trabalhos divulgados e expostos para a sociedade desde a Idade Média. Ela possibilitou que a sociedade estabelecesse vínculos e que houvesse a criação das mídias - desde os jornais até o advento da internet - e foi fundamental para o desenvolvimento das organizações a partir do século XX, quando a música passa a ser mais fundamentalmente mercantilizada. (MASSIN, 1997)

Este aspecto será explorado mais profundamente nos próximos tópicos, com o histórico da música na humanidade até a industrialização da música na sociedade.

### 1.3 HISTÓRICO DA MÚSICA NA HUMANIDADE

O desenvolvimento da música instrumental se deu desde o princípio da Idade Média, mas não há precisão de quando, de fato, aconteceu a “criação” da música como arte. Ela esteve presente durante todos os períodos artísticos, tendo maior expressão no período barroco e no período clássico, quando começou a estar presente em concertos, orquestras e óperas.

Como afirma Jean Massin, em seu livro “A História da Música Ocidental” (1997):

Os primeiros documentos que podemos consultar sobre a notação musical no Ocidente datam aproximadamente do século III a.C, originários da Grécia: é uma notação que se mostra essencialmente alfabética, ou seja, as notas da escala estão associadas a letras do alfabeto, em diferentes posições. Na Grécia antiga, sem dúvida, conviveram muitos sistemas de notação, destinados tanto à voz como aos instrumentos então usados (na forma de tablatura) (MASSIN, 1997, p.100)

Por volta do século XIV, com a crise dos valores renascentistas, os músicos da época começaram a estruturar suas composições de forma que se afastassem das práticas da Igreja. Surgindo, então, a música barroca, que começou a ser trilha sonora das primeiras óperas. Nesse período, que data de aproximadamente 1600 d.C. a 1750 d.C., o grande nome em termos de composição é Johann Sebastian Bach, que compunha suas obras em um nível de complexidade alto. Especialista em criação de “vozes”, Bach conseguia colocar muitas melodias em uma mesma música conversando entre si, de forma harmoniosa. (BRUHN, 2014)

A música clássica que se conhece hoje surgiu no período Clássico, após o Período Barroco e trouxe compositores famosos, como Wolfgang Amadeus Mozart e Ludwig Van Beethoven. Nesse período (aproximadamente 1750 d.C. até o início do século XIX) surgiu a orquestra e a valorização das composições por instrumentos, sendo produzidas uma série de sinfonias que temos como referência até os dias de hoje. (SWAFFORD, 1992)

Como diz Schafer (1976) em seu livro “A afinação do mundo: Uma exploração pioneira pela história passada e pelo atual estado do mais negligenciado aspecto do nosso ambiente: a paisagem sonora”:

Definir a música meramente como sons teria sido impensável alguns anos atrás, embora ora as definições mais restritas sejam as que se têm revelado mais inaceitáveis. Pouco a pouco, no decorrer do século XX, todas as definições tradicionais de música foram caindo por terra em razão da abundante atividade dos próprios músicos. Em primeiro lugar, pela enorme expansão dos instrumentos de percussão nas nossas orquestras, muitos dos quais produzem sons sem altura definida ou arrítmicos. (SCHAFER, 1976, p. 20)

O que o autor discute é como a música tradicional se perdeu dentre tantas novidades no meio da grande quantidade de novidades que surgiram. Ele discorre não apenas sobre os novos instrumentos, mas também sobre a música eletrônica e sua criação a partir da tecnologia industrial e elétrica e a mudança dessas novas tecnologias no conceito de musicalidade. Tecnologias agregadas da Indústria Cultural que a transformaram de forma intensa e talvez até irreversível.

Assim, não é mais possível falar de música sem levar em consideração a utilização da música pela sociedade - primeiramente porque, como criador da música, o homem é o responsável por seu surgimento e sua consequente importância na história da humanidade. Em segundo lugar, é impossível desconsiderar as movimentações humanas por trás do desenvolvimento da música até se tornar uma indústria, uma vez que a industrialização também foi ação humana.

Trazendo a discussão para o século XX, com o advento do rádio, a música não mais se limitava a concertos e orquestras, mas também podia ser reproduzida primeiramente através de discos, seguindo para o rádio, CDs e por fim arquivos de mídia digital.

#### **1.4 A SOCIEDADE BURGUESA E A INDUSTRIALIZAÇÃO DA MÚSICA**

Com a Revolução Industrial e todo o processo de industrialização que veio com ela, a sociedade mantém desejo pelo poder de posse. Posse de terras, de bens materiais e dinheiro. As mudanças no modo de produção foram influenciando todos os âmbitos da sociedade: economia, política e, por fim, as ciências artísticas - o campo de conhecimento responsável por retratar nas mais diversas formas - visual, sensitiva ou audivelmente - um contexto histórico. Como afirma Hobsbawm:

Foi somente na década de 1830 que a literatura e as artes começaram a ser abertamente obsedadas pela ascensão da sociedade capitalista, por um mundo no qual todos os laços sociais se desintegravam exceto os laços entre o ouro e o papel-moeda (HOBBSAWM, 2012, p.20)

É impossível desvincular qualquer movimento artístico do contexto histórico-cultural em que foi desenvolvido. Se a música chegou até o século XXI com 1400 estilos desenvolvidos - como afirma Glenn McDonald, do Every Noise At Once<sup>5</sup>, é um indicativo de tamanha pluralidade e diversidade do século em que vivemos.

Toda essa trajetória não ocorreu de uma hora pra outra e não se deu de forma simples. A música aos poucos foi se tornando uma forma de gerar lucro e, com isso, tornou-se uma grande indústria que emprega uma quantidade enorme de pessoas - músicos, produtores e compositores. A indústria por trás disso, assim como todas as organizações, visa comercializar o maior número de exemplares possível, no menor tempo possível - e isso acaba sacrificando alguns aspectos do processo de composição e criação - questão essa a ser tratada mais à frente neste estudo. Além disso, é preciso ter uma forma específica de dialogar para cada grupo de ouvintes - a música muitas vezes é uma expressão da personalidade e do estilo e é utilizada como representação do indivíduo perante à sociedade: há determinados preconceitos com quem ouve gêneros musicais específicos e assim por diante. No entanto, o objetivo para todas as produções é sempre o mesmo: fazer com que a música seja comercial aos públicos-alvo.

Nesse sentido, a partir do século XIX, quando a relação entre a arte e a industrialização começa a se estreitar, os aspectos que diferenciam as artes do processo de industrialização começam a desaparecer e interferir diretamente na maneira com que a sociedade se relacionava com as artes. Como afirmam Theodor Adorno e Max Horkheimer em “Indústria Cultural e Sociedade” (2009):

Toda a civilização de massa em sistema de economia concentrada é idêntica, e o seu esqueleto, a armadura conceptual daquela, começa a delinear-se. [...] A participação de milhões em tal indústria imporia métodos de reprodução que, por seu turno, fazem com que inevitavelmente, em numerosos locais, necessidades iguais sejam satisfeitas com produtos estandardizados. (ADORNO, p. 5-6, 2009)

Com a massificação da sociedade em um mesmo sistema econômico, a indústria passa a condicionar a todos a gostarem das mesmas produções artísticas,

---

<sup>5</sup> Fonte: <<http://everynoise.com/>> Acesso em 23.04.2019

como uma forma de dominação sobre o consumo até mesmo artístico. Além disso, se todos são moldados a pensar da mesma forma, conseqüentemente suas personalidades vão ficando cada vez mais parecidas - o que diminui o debate e facilita para que o ciclo de dominação cultural perdure, além de facilitar para a própria indústria, pois é mais fácil de prever o que venderá e o que não.

No caso da música, ela vai se modificando de forma que fique mais rápido de ser produzida, ficando cada vez mais rentável e cada vez mais simples. Músicas compostas com frases que se repetem várias vezes, rimas previsíveis, versos iguais pré e pós refrão e a ausência da chamada “ponte” estreitam a relação da produção industrial com a produção musical de muita velocidade e pouco pensamento a respeito do que está sendo feito.

## 2 GESTÃO DE COMUNICAÇÃO NA INDÚSTRIA DA MÚSICA

Nesse capítulo serão tratados mais especificamente os temas da música no contexto da Indústria Cultural e sua relação com a ascensão da indústria fonográfica até chegar aos serviços de *streaming*, explorando mais profundamente o papel da comunicação nesse cenário.

### 2.1 A INDÚSTRIA CULTURAL

O capitalismo moldou a sociedade de acordo com suas necessidades e, com isso, afetou os mais diversos segmentos do conhecimento. Os estudos da “Indústria Cultural” retratam a mudança cultural que ocorreu com o crescimento desse sistema econômico, tratam do sistema mercantil ao qual a arte passou a pertencer e da massificação que sofreu. Seus principais autores, Theodor Adorno e Max Horkheimer (2002), defendem que a arte em seus diversos âmbitos (música, dança, teatro, fotografia, etc) deixou de ser uma forma de expressar os sentimentos e passou a ser mercadoria, sendo produzida em escala industrial e sem a mesma capacidade de emancipação de antes. (ADORNO & HORKHEIMER, 2002)

Fazer da música um trabalho já a mercantiliza, mas ao associar esse trabalho a gravadoras e produtores musicais, a problemática se expande. Essas empresas e profissionais têm um interesse financeiro por parte da música produzida e, para que seja alcançado, muitas vezes a música deve ser adequada tendo como base seu público. Perde-se a autenticidade e acrescenta-se os “ingredientes” que fazem de uma simples música um *hit*.

Já se conhece as melodias que mais agradam aos ouvidos de cada público, as letras que mais fazem sucesso, etc. Músicas, principalmente do pop americano - originadas do berço do capitalismo e por isso precisam passar pelo processo competitivo da indústria musical -, são muitas vezes montadas para se tornarem *singles* de sucesso, tendo um grande valor agregado.

A racionalidade técnica hoje é a racionalidade do próprio domínio, é o caráter repressivo da sociedade que se autoaliena. Automóveis, bombas e filmes mantêm o todo até que seu elemento nivelador repercute sobre a

própria injustiça a que servia. Por hora a técnica da indústria cultural só chegou à estandardização e à produção em série, sacrificando aquilo pelo qual a lógica da obra se distinguia da lógica do sistema social. (ADORNO, p. 6, 2002)

O filme "Tempos modernos" (1936) retrata a mecanização dos indivíduos que trabalhavam nas indústrias logo após a Revolução Industrial, mostra exatamente como é uma linha de produção, na qual cada um tem um papel específico e não se faz nada além daquilo. Esse filme é utilizado para mostrar a alienação a que essas pessoas eram submetidas. Mas tendo como base a citação acima, de Adorno, podemos levar a linha de produção para além das indústrias.

Adorno discute os estudos de pesquisa de opinião na indústria artística na citação a seguir:

Distinções enfáticas, como entre filmes de classe A e B, ou entre histórias em revistas a preços diversificados, não são tão fundadas na realidade, quanto, antes, servem para classificar e organizar os consumidores a fim de padronizá-los. Para todos, alguma coisa é prevista a fim de que nenhum possa escapar; as diferenças vêm cunhadas e difundidas artificialmente. O fato de oferecer ao público uma hierarquia de qualidades em série serve somente à quantificação mais completa. Cada um deve-se portar, por assim dizer, espontaneamente, segundo o seu nível, determinado a priori por índices estatísticos, e dirigir-se à categoria de produtos de massa que foi preparada para o seu tipo. Reduzido a material estatístico, os consumidores são divididos, no mapa geográfico dos escritórios técnicos (que não se diferenciam praticamente mais dos de propaganda), em grupos de renda, em campos vermelhos, verdes e azuis. (ADORNO, p. 7, 2002)

Visto isso, não só há um padrão para cada tipo de público, como também se introduz aos poucos novas tendências que são favoráveis para a indústria. Dessa forma, as pessoas têm a falsa ideia de que tem seus próprios gostos musicais, quando na verdade muitos deles foram sutilmente impostos, mesmo que de forma imperceptível. É interessante observar que essa condição imposta não sofre resistência por aqueles que estão a recebendo. A população talvez não perceba, ou apenas se contenta com o fato de que é mais fácil apenas receber informações e não as questionar.

Nota-se, então, que se trata de uma reflexão que se repete com o decorrer dos anos, sofrendo pequenas alterações e adaptações à época em que a questão está sendo levantada.

A condição de alienação nunca será positiva, e talvez seja extremo dizer que é o termo correto a ser utilizado nesse caso. Karl Marx (1844), quando utiliza o termo pela primeira vez, explica que a alienação é um estranhamento do trabalhador com o

produto, que causa uma falta de identificação com o trabalho, que é sempre feito de forma automática em repetição. Assim, o trabalhador deixa de realizar o ato de pensar e passa a apenas produzir. Analogamente falando, embora a indústria musical jamais tenha obrigado alguém a realizar atitudes padronizadas, a sociedade as realiza intuitivamente por repetição.

Com o tempo, a criatividade para composição está ficando cada vez mais limitada. Não há compositores ousados, técnicas diferentes ou grandes descobertas no ramo da música desde o começo do século XXI. O que se percebe é um grande investimento em grandes produções, mas pouco foco em grandes criações - porque, em um mundo em que tempo é dinheiro, não faz sentido investir tempo em algo duvidoso que talvez não faça sucesso e não dê o retorno financeiro esperado.

## **2.2 A ASCENSÃO DA INDÚSTRIA FONOGRÁFICA**

Foi em 1877 que Thomas Alva Edison criou o aparelho denominado fonógrafo, em Paris. Esse aparelho foi o primeiro aparelho inventado capaz de gravar e reproduzir sons utilizando um disco cilíndrico. Em 1879, o advento chega ao Brasil, porém apenas dez anos depois, D. Pedro II e Princesa Isabel assistem a uma sessão de gravação em um fonógrafo. (DELMIRO, 2001)

No entanto, as limitações técnicas e tecnológicas do aparelho fizeram com que se tornasse um dispositivo de comunicação, uma vez que o som não ficava em qualidade muito boa. Na mesma época, Alexander Graham Bell desenvolvia o protótipo do que seria o telefone, e cerca de dez anos depois, Emil Berliner, com auxílio de Eldridge Johnson, desenvolvia o gramofone, que tinha as mesmas funções do fonógrafo, mas reproduzia os sons através de um disco plano. Com isso, surge o disco de 78 rotações em 1890, utilizados para armazenamento de áudio até a década de 1970 - no entanto, caiu em desuso com a criação do disco de vinil (*long-play*, ou LP), em 1948. Para reproduzir os discos, era necessário ter um gramofone ou um fonógrafo - portanto esses aparelhos passaram a ser muito comercializados. Três grandes companhias que tinham como objetivo produzir discos se destacavam nessa época, a *The Edison Phonograph Company*, fundada por Thomas Edison, a *Victor Talking Machine*, de Eldridge Johnson e Émile Berliner

e a *Columbia Phonograph Company*, criada para produzir discos que eram reproduzidos pelo fonógrafo de Thomas Edison. Entre 1900 e 1920, a principal inovação tecnológica foi o microfone, que permitiu melhorar a qualidade dos sons registrados. (ABREU, 2009) “A formação desta nova cultura musical e a instituição do gramofone como medium musical por excelência têm um significado cultural particular, no contexto da formação da nova indústria.” (ABREU, 2009, p. 111)

É no começo do século XX que a denominada música popular começa a se expandir e, com isso, há uma popularização da música - antes apenas erudita e muito elitizada. É nesse período que passa-se a haver condições técnicas para o início da atividade industrial fonográfica. As companhias que seriam um início do processo de desenvolvimento das grandes gravadoras dos dias atuais já refletiam o quão promissor esse mercado era, pois como afirma Delmiro (2001):

Para se ter uma idéia do grau de desenvolvimento do mercado fonográfico internacional nesta época, vale saber que, nos EUA, a empresa Victor declarava um lucro anual de US\$ 13.940.203. E no ano seguinte foi de US\$ 21.682.055. [...] Por volta de 1919, a Victor liderava este setor da indústria norte-americana com lucros atingindo a cifra de US\$ 37 milhões, em um mercado fonográfico que totalizava o valor de US\$ 159 milhões. (DELMIRO, p. 4, 2001)

A partir disso, alguns aspectos já indicavam a ascensão da música como mercadoria. Por exemplo, a relação de consumo com a música passou a ser mercantilizada devido à comercialização de discos e aparelhos de reprodução de sons. O advento do rádio revolucionou a comunicação, em 1896, o que também contribuiu para a disseminação das músicas. Houve um grande aumento no número de estilos musicais registrados em fonógrafos, atingindo seu pico nos anos 1950, com o lançamento do *rock n' roll*, e uma reestruturação dos discos a partir do surgimento do *long-play* (LP) que passam a ganhar uma narrativa articulada entre temas. A acessibilidade das técnicas de gravação, tanto por músicos, quanto por produtores e consumidores, fez com que uma série de direitos de propriedade fossem envolvidos nos processos, não só de composição, mas de gravação e produção. (ABREU, 2009)

A partir da década de 1980, com o desenvolvimento das tecnologias digitais, o ritmo da disseminação da música pelo mundo acelerou, alterando ainda mais a forma de consumir música. Como afirma Paula Abreu (2009):

Nos primeiros anos da década de oitenta, o desenvolvimento dos sintetizadores digitais e do primeiro interface digital para instrumentos (o MIDI) e o surgimento dos novos suportes de gravação em linguagem digital (os discos compactos) marcaram radicalmente a vida da indústria fonográfica e contribuíram para a redefinição dos valores de uso e das modalidades de consumo musical. (ABREU, p. 12, 2009)

Já nos anos 1990, os primeiros gravadores “amadores” começaram a serem vendidos. No entanto, para produções mais profissionalizadas, apenas com o conhecimento dos técnicos de estúdios era possível de se obter sons de boa qualidade. Ainda assim, os gravadores unidos à invenção dos softwares e hardwares nessa mesma década começaram a ameaçar as grandes indústrias fonográficas, uma vez que muitos músicos autônomos começaram a produzir seus próprios sons, fugindo, assim, da dependência dos grandes produtores. Contudo, o desenvolvimento das tecnologias impactou positivamente no ponto de vista de composições, pois as possibilidades de criações se multiplicaram e diversos gêneros que fugiam do já conhecido *rock n’ roll* surgiram, como o rap (do inglês, *rythm and poetry*) sob influência do hip hop, e a *house music* - produzida por DJs a partir de um leitor capaz de reproduzir dois discos ao mesmo tempo.

Além disso, as tecnologias serviram como suporte às grandes gravadoras, não só pelo fato de produzirem sons de melhor qualidade, mas pelo formato da distribuição ser compacto e de mais fácil manuseio:

Ultrapassadas essas hesitações, os CDs revelaram-se uma oportunidade de excelência para as companhias fonográficas. Permitiram o relançamento no mercado de muitos registros disponíveis nos seus fundos de catálogo, através da sua transposição para som digital e da sua edição em disco compacto. Ajudaram a conquistar novas gerações de consumidores, agora dispostas a constituírem os seus arquivos musicais pessoais, enquanto atraíam consumidores já fidelizados para a renovação das suas coleções nos novos formatos. (ABREU, p.18, 2009)

Todavia, a preocupação das grandes gravadoras com cópias não autorizadas fez com que grande parte da tecnologia desenvolvida fosse mantida apenas dentro das grandes gravadoras - o que, como já se sabe, não evitou o problema por muito tempo. Nesse sentido, já havia uma produção em larga escala de CDs e vendas extensas.

Deu-se, então, o processo de “linha de produção” para a música, que não é muito diferente das linhas de produção e das indústrias primitivas do século XX, visto

que passa por diversas etapas específicas para sua construção. Quando esse processo se repete diversas vezes, não é difícil de enxergar a semelhança a uma linha de produção.

O período de transição entre o CD e o MP3 foi muito mais rápido do que os períodos de transição anteriores. Como ambos contavam com o mesmo princípio de gravar arquivos de mídia, em cerca de 10 anos, o aparelho de MP3, que já existia, foi amplamente divulgado.

A partir disso, o desenvolvimento até os arquivos de mídia on-line, os vídeos no YouTube e os serviços de streaming aconteceu em menos de dez anos. A indústria foi se adaptando aos momentos em questão, uma vez que não podia mais contar com vendas de CDs físicos - então, a real questão é como ela sobrevive até hoje. E, ainda mais que isso, contou com um crescimento de 9,7% no ano de 2018<sup>6</sup>, depois de passar 15 anos em retração.

Assim como os artistas tiveram que se adaptar às novas formas de lucrar com a música, a indústria fez o mesmo, que é o que será visto no tópico seguinte.

## **2.3 SERVIÇOS DE *STREAMING* E AS NOVAS COMUNICAÇÕES**

A internet trouxe uma série de vantagens para a sociedade, pois permitiu que a informação fosse transmitida de forma rápida, além de facilitar os vínculos sociais entre pessoas de diferentes locais do globo terrestre - uma vez que as mensagens chegam em questões de segundos. Como afirma Castells (1999):

As novas tecnologias da informação explodiram em todos os tipos de aplicações e usos que, por sua vez, produziram inovação tecnológica, acelerando a velocidade e ampliando o escopo das transformações tecnológicas, bem como diversificando suas fontes. (CASTELLS, p. 44, 1999)

Com isso, assim como toda informação, a música passou a ser global. Não há mais barreiras físicas que impedem que determinados gêneros de música sejam ouvidos, como acontecia anteriormente. Com a quase extinção do CD, a indústria,

---

<sup>6</sup> Fonte: <<https://exame.abril.com.br/negocios/industria-fonografica-registra-crescimento-de-97-em-2018/>> Acesso em 01.06.2019 às 16h00

que se sentia ameaçada por esse avanço por causa da pirataria, passou a enxergar grandes oportunidades de crescimento - e foi aí que surgiram os serviços de *streaming* de música.

Desde 2014, com o surgimento do *Spotify* no Brasil, a plataforma mais aderida de *streaming*, a pirataria vem diminuindo<sup>7</sup>. Por não ocupar espaço em memória e por ser uma biblioteca em que todos os assinantes têm acesso aos conteúdos pagando um valor fixo mensal, essas plataformas vêm conquistando novos assinantes mensalmente. No começo de 2014, elas já eram responsáveis por 20% das receitas do mercado digital<sup>8</sup>, o que é muito positivo aos ouvintes - pela grande diversidade de opções de aplicativos (além do Spotify, há outras bastante difundidas, como Apple Music, Google Music, Deezer, Rdio, Napster, GVT Music, Xbox Music, YouTube Music, Tidal, entre outras) e pelo baixo custo. Os valores das plataformas para uso individual ficam em torno de R\$ 17,00<sup>9</sup>, o que não seria suficiente para comprar um único CD. Assim, uma nova relação de consumo se estabelecia - pois os valores das plataformas são considerados “justos” pelos ouvintes, que anteriormente haviam passado pela transição do CD para os arquivos de mídia on-line baixados ilegalmente em função do custo alto cobrado. Nesse sentido, os ouvintes voltam a pagar para consumir pela facilidade de se ter um grande leque de opções em mãos, mas um valor bem abaixo do que costumava ser gasto com discos e CDs físicos.

Assim, os serviços de *streaming* trouxeram alguns problemas para os músicos. Além de estabelecer uma ponte entre o músico e o ouvinte - da mesma forma que as indústrias fonográficas faziam, os valores acordados entre plataformas e músicos ainda não são os ideais para suprir os gastos de produção de uma música. Ainda assim, para o atual momento, essa é a melhor opção para o cenário, tanto para ouvintes, quanto para músicos.

Se na década de 2000, uma em cada cinco pessoas fazia *download* ilegal de músicas através de programas como Kazaa, LimeWire e eMule<sup>10</sup>, e o mercado

---

<sup>7</sup> Fonte: Disponível em <<https://www.tecmundo.com.br/internet/129408-streaming-ajuda-reduzir-consumo-pirataria-brasil-diz-pesquisa.htm>> Acesso em 02.06.2019 às 21h43

<sup>8</sup> Fonte: Disponível em <<https://oglobo.globo.com/cultura/o-novo-fluxo-da-musica-11404667>> Acesso em 02.06.2019 às 21h53

<sup>9</sup> Fonte: Disponível em <<https://olhardigital.com.br/noticia/guia-simples-mostra-as-diferencas-entre-spotify-deezer-e-apple-music/66801>> Acesso em 02.06.2019 às 21h59

<sup>10</sup> Fonte: Disponível em <<http://www.scielo.br/pdf/soc/v20n49/1807-0337-soc-20-49-258.pdf>> Acesso em 04.06.2019 às 13h50

sofreu um longo declínio de 16 anos, em 2016 a indústria fonográfica volta a crescer graças às plataformas de *streaming*. Como não poderia ser diferente, essas plataformas hoje controlam a maneira que a música é consumida. Como afirmam Moschetta e Vieira (2018):

O Spotify utiliza uma combinação de curadoria humana e algorítmica para sugerir e apresentar músicas compatíveis com os gostos e preferências musicais passadas dos utilizadores, funcionando como um fio condutor da experiência de consumo no presente. [...] Na era digital não há limites físicos no armazenamento. O custo de arquivo, distribuição e acesso diminuiu drasticamente, favorecendo a migração de um mercado de massa para um mercado de nichos. [...] As limitações que havia antes do streaming seriam, de certa forma, libertadoras. (MOSCHETTA & VIEIRA, p. 8, 2018)

Assim, mesmo tendo uma vasta gama de opções, o consumo continua sendo controlado pelos detentores de poder do momento. Apesar disso, os algoritmos não são tão precisos como o poder de escolha, uma vez que eles podem apenas influenciar baseados no que foi feito pelo usuário no passado, e não controlam as escolhas futuras. Assim, dão-se os nichos de mercado, que dentro de si, também são encontrados padrões de consumo.

Antigamente, era necessário uma maior atuação do ouvinte em buscar o que quer ouvir, coisa que o Spotify acaba fazendo por ele atualmente - de forma a mecanizar seus gostos. Infelizmente, muitas músicas são deixadas de fora das opções personalizadas, já que essas são definidas de acordo com aquelas que o ouvinte já consome. Assim, acaba dificultando o processo de inclusão de novos gêneros e artistas ao mesmo tempo que reforça os já conhecidos. Ao passo que, a partir do momento que o ouvinte busca por um determinado gênero ou artista diferente, o algoritmo entende que estes agora fazem parte do perfil do usuário e passam a considerá-lo em suas buscas.

Dito isso, é importante destacar que ainda há um papel de decisão por parte do ouvinte, que tem uma biblioteca vasta de mídias em seu controle. Somente após suas escolhas que as plataformas o redirecionam para consumir conteúdos semelhantes aos que ele já consome.

## **3 CASOS ILUSTRATIVOS DE ARTISTAS NO CONTEXTO DA ATUALIDADE**

### **3.1 ARTISTAS**

Serão apresentados três artistas de referência em seus respectivos gêneros - pop, kpop e funk carioca. Os gêneros escolhidos foram baseados na relevância desses gêneros em seus mercados de origem: o pop, por ser o gênero mais difundido nos Estados Unidos; o KPop (o pop coreano), que vem crescendo desde 2012 no ocidente com a música “Gangnam Style” de Psy e mesmo com muitas barreiras culturais segue em ascensão nos dois hemisférios; e o funk carioca, que hoje é o gênero nacional mais comum e disseminado em todas as classes sociais, ainda que seu surgimento tenha sido nas periferias.

Serão apresentadas brevemente as histórias de cada artista, e posteriormente, será feita a análise, da seguinte forma: serão utilizadas três músicas e seus respectivos videocliques divulgados no YouTube de cada artista, para análise da produção audiovisual, letra e a música como um todo - buscando encontrar fatores que mostrem o que cada música comunica aos ouvintes e espectadores, e se há ou não semelhanças e diferenças entre as músicas e vídeos, bem como possíveis temáticas na letra e melodia e, no caso dos vídeos, a ambientação, cores e história também serão levados em consideração.

Para fins de melhor comparação, as cifras de todos os autores foram deixadas na mesma tonalidade (ou na relativa menor, que contém os mesmos acidentes e acordes entre si), ou seja todas as músicas foram moduladas para dó maior (C). Essa prática é comum para adaptação da música ao tom mais adequado à voz do cantor - não altera a estrutura em que a música foi composta, apenas altera a tonalidade.

A escolha das músicas e vídeos foi feita de acordo com o número de visualizações, ou seja, de acordo com o alcance. Foram escolhidos os três vídeos

com mais visualizações em seus canais oficiais do YouTube, aqueles que mais repercutiram e atingiram mais pessoas, seja positivamente, seja negativamente.

### 3.2 TAYLOR SWIFT

Taylor Swift é uma cantora de origem estadunidense, do estado da Pensilvânia. Atualmente com 29 anos, Swift já tem seis álbuns lançados e uma história de sucesso no mundo da música - partindo do *country* para o pop de 2009 até 2019. Sua carreira sempre foi regada a polêmicas, brigas com outras celebridades do mundo da música e fora dele e muitos álbuns e músicas em 1º lugar no iTunes - plataforma de música da Apple, Spotify e Billboard.

A cantora divide sua história na música em “épocas”, todas elas com características bem definidas e bem divulgadas para todos os fãs e não-fãs entenderem seus objetivos com cada uma delas. Todas as ações públicas de Taylor são muito bem pensadas, e assim como é necessário para todos os artistas, suas músicas são extremamente rentáveis - todas atingem mais de 400 milhões de visualizações no YouTube e no Spotify. É interessante destacar que as três músicas mais famosas de Taylor em termos de quantidade de visualizações são de um mesmo álbum, intitulado 1989, de 2015.

#### 3.2.1 Bad Blood

*Bad Blood*, em português literal, “sangue ruim”, é atualmente a terceira música mais relevante de Taylor Swift no YouTube, contando com 1,2 bilhão de visualizações. Nunca houve confirmação, mas há muitos rumores que a música foi escrita para sua colega de profissão, Katy Perry. O lançamento do vídeo de *Bad Blood* foi no dia 17 de maio de 2015, e aconteceu na famosa premiação da Billboard, a *Billboard Music Awards*.

O vídeo clipe de *Bad Blood* contou com a presença de muitas celebridades, como a também cantora e atriz Selena Gomez - que protagoniza a “inimiga” de Taylor; a atriz Jessica Alba; a modelo da marca Victoria’s Secret, Gigi Hadid; e as cantoras Ellie Goulding, Hayley Williams (da banda Paramore) e Zendaya - entre muitas outras amigas de Taylor. Além de todas as mulheres envolvidas, ainda há a participação do rapper Kendrick Lamar, que participa não somente do clipe, mas também é responsável pelo rap da música - Kendrick é considerado, hoje, um dos nomes mais relevantes do rap.

Alguns dias antes do clipe ser lançado, Taylor fez posts de divulgação diários mostrando, em cada dia, uma personalidade que participa do clipe com ela, com seus nomes e roupas de impacto - o que já mostrava o quanto foi investido, tanto em dinheiro, quanto em divulgação, para o clipe atrair aos espectadores.

#### 3.2.1.1 Composição Musical

Apesar de em muitos clipes a letra da música e o vídeo não necessariamente contarem a mesma história, é exatamente isso que acontece em *Bad Blood*.

A música fala, entre metáforas e questionamentos, de duas pessoas que costumavam ser amigas e agora não são mais - em inglês “cause baby now we’ve got bad blood” (em português adaptado para o que a expressão significa, “porque, baby, agora nós temos uma richa”), esse verso é repetido muitas vezes no decorrer da música, reforçando o tema. Há também a temática da vingança bem explícita na letra, pois Taylor conta muitos episódios nos quais a outra pessoa envolvida tentou prejudicá-la, portanto, quando ela afirma “agora nós temos uma richa”, ela está a desafiando a enfrentá-la.

A música conta com a voz de Taylor sendo multiplicada no refrão, a participação de Kendrick é pequena, apenas após o primeiro refrão - que é como a música se inicia - e após a ponte. Os acordes utilizados quando colocados na tonalidade dó maior (C), foram: F (fá maior), C (dó maior), G (sol maior), Am (lá menor). Os quatro acordes foram utilizados como base para a música nos versos, refrões e na ponte. No caso da tonalidade dó maior (C), sol maior (G) é a quinta tonal - ou seja, é o acorde de tensão - ele provavelmente aparecerá em todas as

músicas quando colocadas em dó maior (C), bem como dó maior também aparecerá em todas. Como explica Massin (1997):

Quando se compõe uma obra em ré maior, certas notas desta escala terão papel mais importante que outras: tais notas funcionarão, de algum modo, como os sons pivots da melodia. [...] uma obra que seja em ré maior termina sempre com a nota ré. É esta nota que dá seu nome à tonalidade — diz-se que a peça está escrita na tonalidade de ré maior — e dá uma sensação de estabilidade, de conclusão. Esta primeira nota (ou primeiro "grau") da escala recebe o nome de tônica. Ao fim de uma obra tonal [sic], são geralmente ouvidos dois acordes conclusivos, e o último será o da tônica. O acorde precedente apóia-se, quase sempre, no quinto grau da [sic] escala, dito dominante. Tal conclusão tem o nome de cadência. Há vários tipos de cadências. A mais "quadrada" de todas é a que acabamos de descrever: quinto grau - primeiro grau, isto é, dominante-tônica, a chamada cadência perfeita. (MASSIN, p. 49, 1997)

Assim, como a grande maioria das músicas populares são compostas sob essa mesma estrutura, a tendência é que esses dois acordes apareçam sempre, e sempre exercendo a mesma função na música - tensão e relaxamento.

A música também conta com batidas fortes e ritmadas ao fundo, para dar ênfase ao tema de vingança, que é mais agressivo e em diversos momentos há muitas pessoas cantando o refrão junto com Taylor, com o objetivo de reforçar que ela não está sozinha nessa vingança.

### 3.2.1.2 Produção Audiovisual

Com a predominância de cores escuras e vestimentas que não aparentam ser confortáveis para uma batalha, o videoclipe mostra todas as amigas de Taylor com saltos altos e trajes apertados demais para um conflito.

Logo no início do clipe, vemos Selena Gomez e Taylor Swift lutando lado a lado contra muitos homens em um ambiente formal, de escritório. Após nocautearem a todos, no momento que restam apenas as duas, Selena, interpretando a personagem "Arsyn" no clipe, empurra Taylor, interpretando "Catastrophe", prédio abaixo. A partir daí, vemos Taylor em uma espécie de centro de treinamento para mulheres, rodeadas de armas e outros objetos de batalha.

A história do clipe é, basicamente, a preparação para a batalha final, contra Arsyn. Nisso, vemos todas as participantes uma por uma até chegarmos ao

momento final da batalha, quando a música fica mais intensa e o clipe mostra explosões ao fundo.

O controverso nisso tudo é que Taylor está se unindo a várias mulheres, visando empoderamento feminino ao excluir todos os homens da história - embora todas as mulheres estejam extremamente sexualizadas pelas roupas - para, no fim, o objetivo ser justamente lutar contra outra mulher. Não fica claro se houve a tentativa de passar uma mensagem de empoderamento feminino ou não - pois ao mesmo tempo que o cenário inteiro do clipe mostra mulheres se unindo e demonstrando sua força, ele acaba com Arsyn (Selena Gomez) e Catastrophe (Taylor Swift) se atacando, desconstruindo toda a ideia do clipe - mas fazendo dar sentido à letra da música.

### 3.2.1.3 Análise

A mensagem principal a ser passada pelo clipe, até pelo reforço de roupas exageradas, armas, objetos de batalha e as cores escuras, é o quanto todas as presentes no clipe são poderosas. Isso é um ponto alto do vídeo, pois em nenhum momento o protagonismo ficou com qualquer homem envolvido - pelo contrário, todos os homens ficam em segundo plano.

É importante destacar o papel da comunicação desde o momento da composição e produção da música até o resultado final. Já havia rumores sobre um possível conflito entre Taylor e Katy Perry circulando pelas redes sociais e veículos midiáticos há alguns meses antes do lançamento do clipe. Taylor utiliza-se da situação que já gerava atenção para ela para compor uma canção. Além disso, ela reforça seu “poder” no mundo da música convidando um exército de cantoras, modelos e atrizes que são suas amigas pessoais, tornando o videoclipe um produto que viria a gerar muito lucro para todos os envolvidos.

A comunicação nas redes sociais foi muito importante, pois gerou expectativa em todos os fãs de todas as personalidades envolvidas - a ação de divulgar uma foto de uma participante por dia até o lançamento despertou curiosidade e euforia em seus seguidores. Assim, pode-se concluir que todas as ações de Taylor foram extremamente planejadas, pensando em como poderia causar o maior impacto possível e consequentemente ter um grande retorno financeiro.

### 3.2.2 Blank Space

*Blank Space*, também do álbum 1989, é responsável pelo segundo vídeo mais assistido do canal de Taylor no YouTube. Ela tem 2,4 bilhões de visualizações no YouTube e 208 milhões de reproduções no Spotify. Taylor explicou em entrevistas que a escreveu como forma de satirizar a maneira que a mídia divulga seus relacionamentos - descrevendo-a como “namoradaira”.

A música ganhou muitos prêmios, como Melhor Vídeo Feminino e Melhor Vídeo Pop no *MTV Video Music Awards* e Canção do Ano no *American Music Awards*, além de ter atingido a primeira posição no *Billboard Hot 100*.

O videoclipe foi publicado em 10 de novembro de 2014 em seu canal, e tem hoje mais de 9 milhões de curtidas e 550 mil comentários. Assim como *Bad Blood*, o vídeo de *Blank Space* também conta a história da letra da música.

#### 3.2.2.1 Composição Musical

Na primeira parte que antecede o refrão, Taylor conta o início de um relacionamento amoroso, desde o momento em que passam a se conhecer. No entanto, já no segundo verso é possível notar o tom irônico adotado por Swift ao retratar o relacionamento, na frase “I’m dying to see how this one ends” (estou ansiosa para ver como esse vai terminar). Nesse momento inicial, Taylor conta que o amor é um jogo e convida o parceiro a jogar.

Já no refrão, a cantora continua com a ironia marcante no trecho “Got a long list of ex-lovers, they’ll tell you I’m insane” (tenho uma lista longa de ex-amantes, eles te dirão que sou louca), respondendo de forma criativa às manchetes midiáticas que a atacaram por causa de seus antigos relacionamentos. Isso só reforça o quanto a mídia pode ser prejudicial para pessoas públicas quando começa a interferir em sua vida pessoal.

Logo após o primeiro refrão, a música passa a contar o momento crítico responsável pela mudança da personagem principal, quando ela descobre uma possível traição. A partir daí, embora no vídeo haja uma mudança completa de

temperamento na personagem, a letra da música segue no mesmo ritmo de ironia e algumas frases de efeito. Na ponte, ela repete a frase “boys only want love if it’s torture, don’t say I didn’t warn you” (garotos só querem amor se for tortura, não diga que eu não te avisei) duas vezes enquanto se ouve apenas a batida da música no fundo.

Em termos de tonalidade, quando modulada a música para dó maior (C), temos Am (lá menor), F9 (fá maior com nona) e G (sol maior), mesmos acordes que compuseram *Bad Blood* - com a presença de Dm (ré menor) no refrão. Isso não significa que as músicas se pareçam - apenas que a progressão harmônica é a mesma sendo utilizada repetidamente para soar comum aos nossos ouvidos sem que seja tão perceptível. Sem gerar estranhamento, é mais difícil de desagradar alguém.

### 3.2.2.2 Produção Audiovisual

A produção do vídeo contou com um grande investimento em roupas coloridas para Taylor Swift, além de uma mansão enorme e um carro luxuoso, dando a impressão de que se trata de uma princesa em um castelo. Do lado de dentro, são utilizadas cores mais escuras e há uma parede com vários quadros que seriam pintados pela própria Taylor, dos rostos dos ex-namorados mencionados na letra da música.

A história do clipe começa com um carro muito luxuoso chegando a uma mansão. É quando o futuro namorado de Taylor no clipe chega até sua casa, e a partir daí, a história começa com o casal se conhecendo. Mostram cenas dos dois, coloridas e alegres, do lado de fora da mansão.

A mudança acontece quando Taylor descobre uma possível traição e a partir disso, a personagem interpretada por ela - que é a própria Taylor, mas na visão dos tabloides - enlouquece completamente. Do lado de dentro da mansão, já nos tons mais escuros, acontece uma briga entre os dois, na qual ela atira objetos nele. Ela corta suas roupas, destrói seu celular, não hesita em rasgar o quadro que pintou para ele. Quando chega a ponte da música, Taylor aparece com uma maçã na mão, enquanto canta “garotos só querem amor se for tortura, não diga que eu não te avisei”, mostrando seu futuro ex-namorado engasgando com a mesma maçã ao final

da ponte. A maçã faz uma analogia àquela mordida por Adão e Eva, na história bíblica. Ao fim do clipe, o romance acaba.

Logo em seguida, quando a música já acabou, aparece o mesmo carro do início, com um rapaz muito parecido com o primeiro, indicando que o ciclo se iniciaria novamente com outro homem - e assim, encerra-se a sátira do vídeo.

### 3.2.2.3 Análise

No momento em que Taylor começou a compor, ela se inspirou nos veículos midiáticos que passavam uma mensagem negativa sobre ela, então utilizou-se da situação para compor uma música que responderia a todas as manchetes de forma que ainda tirasse um bom lucro em cima disso, passando a adotar os estereótipos que designaram a ela. Ela adota essa postura com o objetivo de questionar quem a mídia diz que ela é.

É perceptível o empenho em fazer uma produção milionária que impressione, mas novamente pode-se notar que são utilizadas as mesmas bases de acordes para compor a música. Além disso, fazendo uma breve análise da partitura da música, pode-se notar repetição sequencial da nota “fá” na melodia, versos inteiros compostos de uma única nota - mais uma vez mostrando que a música se torna cada vez mais sobre produção e comunicação e menos sobre conteúdo.

Assim, a indústria por trás da música visa atingir os públicos-alvo de cada artista com base no impacto que cada ação vai gerar. Se Swift hoje mostra ser uma mulher empoderada que comunica isso a seus fãs através de suas músicas, em meados de 2007, a indústria a moldava para refletir uma menina frágil. Com o crescimento do movimento feminista e outras questões sociais que ganharam mais relevância, a indústria garantiu que Taylor seguiria o padrão de mulher empoderada, até para atender as demandas da sociedade - que a esse ponto, exige uma postura diferente de pessoas que são consideradas influentes. Tudo em Taylor hoje comunica a postura de uma mulher segura de si e que não precisa mais de um homem para defendê-la de nada.

Em *Blank Space*, embora em um primeiro olhar fique a impressão que Taylor reforça o estereótipo da mulher “surtada”, ao estudar mais profundamente suas declarações e a produção como um todo, é possível constatar que na verdade ela está utilizando de seu poder como influente para zombar desse estereótipo tão comumente imposto às mulheres.

### 3.2.3 Shake It Off

A construção da nova personalidade de Taylor começou com *Shake It Off*, primeiro *single* lançado do álbum 1989, e responsável pelo vídeo com mais visualizações em seu canal do YouTube, com 2,7 bilhões, o primeiro clipe feminino do site a atingir essa marca. O vídeo foi lançado em 18 de agosto de 2014.

Com uma batida muito animada, a música caiu no gosto do público, e recebeu sete prêmios, incluindo “Música Favorita do Ano” no *People’s Choice Award*. Foi a partir dessa música que Taylor se distanciou de vez do *country* e assumiu seu novo gênero, o pop.

A faixa tem 304 milhões de reproduções no Spotify e 8,4 milhões de curtidas no YouTube.

#### 3.2.3.1 Composição Musical

A letra de *Shake it Off* se utiliza de frases de efeitos, o que acaba sendo comum e, de certa forma, até mesmo “pobre”, uma vez que há muitas que são repetitivas, e não há uma grande explicação por detrás da música. Diferentemente de *Blank Space* e *Bad Blood*, que contêm histórias com começo, meio e fim, *Shake it Off* é como se fosse um hino do alto astral, como o próprio título já afirma: deixe para lá. O trocadilho com *shake* de “mexer” dá um duplo sentido em que ambos concordam com a ideia que está sendo passada.

No refrão, são feitas várias afirmações semelhantes entre si, que dizem que pessoas serão pessoas, resumidamente. Em tradução literal, “os jogadores irão jogar, jogar, jogar, jogar, jogar/ os odiadores irão odiar, odiar, odiar, odiar, odiar”, e continua dessa forma até o fim do refrão. A intenção clara é a de deixar a mensagem

grudar na cabeça de quem está ouvindo, uma vez que é extremamente simples de se memorizar.

O ponto alto da música é a batida animada, posto que a estrutura musical de *Shake it Off* também é muito simples. A melodia do refrão é sempre uma “cadência” em sentido literal (e não musical), e os acordes que se seguem são A, C, G (lá maior, dó maior e sol maior) nos versos pré e pós refrão, tendo Am (lá menor) no refrão diferente dos demais. Nessa música, observa-se um acorde que diverge das outras músicas, o lá maior. Como essa música é mais alegre, faz sentido ter um tom mais alegre em si. No entanto, a progressão harmônica, que é a sequência de acordes, segue sendo a mesma das outras músicas, com algumas poucas variações.

#### 3.2.3.2 Produção Audiovisual

O videoclipe de *Shake It Off* é um outdoor que diz: viva a diversidade. Taylor fez questão de colocar dançarinos de várias etnias para participar do clipe. Diferentemente de *Bad Blood* e *Blank Space*, em *Shake it Off* Taylor mostra quem ela é, sem roupas extravagantes e sem maquiagens pesadas - há uma tentativa de mostrar simplicidade, para combinar com a letra que fala para quem está ouvindo: seja você mesmo.

Transitando entre os mais diversos estilos de dança - desde o ballet até o hip hop - Taylor não consegue acompanhar os bailarinos ao fundo propositalmente, para gerar humor e descontração. A ambientação do vídeo foi feita toda em fundo de cor única - em determinados momentos, branco e cinza, e em outros, preto. O enfoque, claramente, é para ser dado aos personagens.

A ideia nesse vídeo é gerar uma aproximação e identificação com o espectador, ao mesmo tempo em que o diverte, mostrando a diversidade de etnias e estilos, Taylor participa de todos os gêneros e cenários sempre ao centro do vídeo e de forma descontraída.

#### 3.2.3.3 Análise

A estratégia adotada na produção de *Shake it Off* é ao mesmo tempo previsível e genial: previsível pois se trata de uma música animada e o vídeo é basicamente um retrato de muitas pessoas dançando; genial porque é fato que a grande maioria das pessoas irá se divertir com o vídeo, e talvez até mesmo se identificar.

Taylor mais uma vez reforça seu poder de se comunicar com os mais diversos públicos - e de fazer uma música aparentemente simples e fácil de ser composta virar um grande sucesso. Considerando que inscritos em seu canal no YouTube são 34 milhões de pessoas, quando se fala em 2,7 bilhões de visualizações significa que a cantora foi muito além do seu alcance padrão - atingindo inclusive aqueles que não a acompanham.

Considerando que as três músicas contam com estruturas musicais muito simples, o que torna Taylor Swift um grande sucesso é a construção de sua imagem e carreira. Cada mínimo detalhe é planejado para passar a mensagem exata com perfeição, sem que haja ruídos. Embora Taylor seja uma ótima compositora, suas composições nem sempre são de nível elevado, além de sempre se utilizar da mesma progressão harmônica - os mesmos acordes. Não há uma grande voz, nem mesmo uma grande dançarina, mas Taylor Swift é um fenômeno do mundo da música que teve os pilares da comunicação integrada muito bem fortalecidos ao longo dos anos para lidar com todas as dificuldades que pudessem vir a aparecer.

### 3.3 BTS

BTS, ou Bangtan Boys, é atualmente o grupo de KPop mais bem sucedido da história. Composto por sete integrantes, o grupo da Coreia do Sul foi o primeiro artista do mundo da música a ganhar prêmios como o *Billboard Music Awards* e a conseguir ficar muitas semanas no top do iTunes e Spotify em vários países. Além disso, ultrapassando todas as barreiras físicas e sociais que a distinção oriente/ocidente vem impondo, o grupo hoje esgota shows em todos os países por onde passa, e conquista novos fãs a cada dia.

Com uma proposta de *hard-core dancing* em todas as suas músicas, as coreografias e sincronização impressionam, principalmente pelo fato de os artistas

também cantarem - em vez de dublarem - em suas apresentações enquanto pulam e agitam a plateia.

As músicas do grupo têm uma pegada pop eletrônica e um pouco de rap, e são escritas praticamente inteiras em coreano, com algumas frases em inglês soltas no refrão e em momentos estratégicos. O que torna ainda mais interessante o sucesso atingido, pois o entendimento das letras das músicas contribui muito para conseguir mais ouvintes. Isso é um fator para mostrar que, no caso da música, a falta de compreensão das letras pode ser suprida por ritmos animados, clipes coloridos e melodias que prendem a atenção. Além, claro, das danças impressionantes e as roupas ousadas.

O grupo hoje é o de maior expressão no gênero do Kpop em cenário mundial, sendo considerados referência para outros grupos coreanos. Contudo, a fórmula do Kpop para todas as *boybands* e *girlbands* vem sendo sempre a mesma, com produções muito coloridas e músicas animadas e dançantes. No caso dos grupos femininos, ainda há uma grande problemática de hiperssexualização das integrantes nos clipes - essa utilizada de forma apelativa para atrair visualizações. Sem grandes novidades por aqui, é a mesma hiperssexualização utilizada nos dois hemisférios do globo.

Para o BTS, pelo fato de suas músicas serem escritas em coreano, a análise da letra será feita baseada na tradução - ou seja, é possível que algumas informações se percam ou que a análise seja menos aprofundada.

### 3.3.1 DNA

DNA é o primeiro *single* do BTS a fazer sucesso expressivo fora da Coreia do Sul, responsável por colocar o grupo no *The 100 Greatest Boy Band Songs of All Time: Critics' Picks* da Billboard na posição 49. Seu videoclipe tem hoje 749 milhões de visualizações no YouTube, com quase 10 milhões de curtidas e 3 milhões de comentários.

#### 3.3.1.1 Composição Musical

A música começa com violão e assobios, dando a sensação de algo mais acústico, e tem uma pegada eletrônica no refrão. Os sete integrantes se dividem para cantar os versos da música e há alguns trechos de rap também. A impressão que fica é que eles tentam misturar vários estilos para agradar o maior número possível de pessoas.

É interessante o fato de que o título da música seja DNA em inglês, uma vez que a música inteira é cantada em coreano. No YouTube, o título do vídeo contém o nome em coreano e em inglês, mas na música o grupo utiliza DNA em inglês para se referir ao DNA genético, e não coreano. Há apenas um trecho inteiro em inglês “I want it this love I want it real love” (eu quero esse amor, eu quero esse amor verdadeiro), e algumas palavras soltas. Percebe-se que essa ação foi planejada para que a música chegasse ao mercado estadunidense com mais facilidade, com uma tentativa de derrubar a primeira barreira cultural, que é a linguagem.

No caso de DNA, a música foi composta originalmente em um tom menor (C#m). Para modulação nesse caso, será utilizada a escala relativa menor de dó maior (C), lá menor (Am). Ao modular, percebe-se a utilização de mais variedade que o utilizado por Taylor Swift. Embora tenham acordes em comum, a banda BTS já começa diferenciando pelo fato de ser uma música composta em tonalidade menor.

Foram utilizados Am (lá menor), Em (mi menor), F (fá maior), G (sol maior), e Dm (ré menor), é interessante destacar que a música é muito alegre e animada, ainda que tenha sido composta em dó sustenido menor - escalas menores, em geral, tendem a soar mais melancólicas e menos alegres. Esse é um ponto de destaque para o BTS, que ousou de uma forma criativa e fez um *hit* um pouco fora do padrão.

#### 3.3.1.2 Produção Audiovisual

Os vídeos do BTS, em geral, são muito coloridos. DNA não é diferente, há a presença de alguns símbolos químicos e uma simulação de um universo ao fundo, mas não há uma história por trás do clipe. Os cabelos e as roupas coloridas chamam um pouco a atenção, mas o que prende de verdade são as danças sincronizadas.

São tantas informações ao mesmo tempo, que fica difícil dizer qual era pra ser o foco da atenção - são muitos cenários diferentes e não acontece nada de diferente em nenhum - são apenas os garotos dançando.

#### 3.3.1.3 Análise

O BTS pode não falar inglês - apenas um dos integrantes é fluente na língua - mas não houve barreiras culturais que impedissem que o grupo fizesse sucesso mundialmente. Isso é explicado pelo trabalho duro nas coreografias perfeitamente executadas - inclusive em programas ao vivo - e por trazerem uma visão diferente de mundo para o ocidente.

O grupo não tem o padrão de masculinidade das *boybands* americanas. E nem eles, nem as fãs - que deram a si mesmas o nome de “Army”, parecem se incomodar. Pelo contrário, nos dias de hoje, homens não precisam passar a imagem de força e insensibilidade para conquistar uma mulher.

O vídeo é visualmente bonito de se assistir, e não deixa nada a desejar para as produções norte-americanas.

#### 3.3.2 Fake Love

*Fake Love* estreou em sétimo no *Top 10 Streaming Songs da Billboard*, foi a primeira música de k-pop a entrar no top 10 desde *Hangover* do Psy feat. Snoop Dogg em junho de 2014. Está entre as melhores 50 músicas de 2018 pela Rolling Stone, na 38ª posição. O vídeo de *Fake Love* hoje conta com 537 milhões de visualizações e quase 10 milhões de curtidas no YouTube.

##### 3.3.2.1 Composição Musical

É possível afirmar que foi essa música que consolidou a carreira do grupo BTS fora da Coreia - pois o refrão é inteiramente em inglês. Considerando que se trata da parte mais importante da música em termos de impacto, naturalmente, com

a primeira barreira cultural derrubada - a linguagem - é mais fácil de estabelecer comunicação com os ouvintes. No caso da fala, se um dos enunciadores não entender a linguagem do outro, não há comunicação. Ou pelo menos, não haverá como transmitir a mensagem da forma correta. A música, por ser uma linguagem universal, não sofre com esse obstáculo para passar a mensagem - sem considerar, é claro, a mensagem passada pela letra cantada.

No que diz respeito à estrutura da música, embora também seja escrita em tonalidade menor, *Fake Love* aparenta mais do que DNA ter a melancolia que um tom menor proporciona. São utilizados apenas os acordes Am, F, G durante a música toda, sem muita ousadia, ficaram mais na zona de conforto dessa vez. Talvez por ser mais próxima do que é produzido nos Estados Unidos, *Fake Love* tenha tido um melhor desempenho.

#### 3.3.2.2 Produção Audiovisual

Diferentemente de DNA, em *Fake Love* são utilizadas poucas cores, alinhando o vídeo ao tom da música - mais sombrio e intenso, bem menos descontraído. Ainda assim, a música tem uma batida mais acelerada e um refrão que puxa um pouco para a eletrônica. É semelhante à ideia do vídeo, que tenta transmitir momentos de tensão nos versos com cenas mais paradas dos integrantes e um pouco mais de ação no refrão, com as danças sincronizadas.

A história do clipe não é exatamente clara, mas há cenas de casas desabando, incendiadas ou alagadas - são os contextos em que cada integrante está inserido, enquanto transmitem com clareza a tristeza pela qual estão passando. Até mesmo a coreografia passa a mesma mensagem de sofrimento. A letra da música deixa implícita uma desilusão amorosa - como o título da música mesmo diz “amor falso” -, o que pode ser uma metáfora para a destruição das casas.

#### 3.3.2.3 Análise

*Fake Love* foi o lançamento mais ambicioso do grupo até hoje. Há uma tentativa de inserção no mercado ocidental, não só pelo refrão e mais versos em inglês, como também pelo tema de certa forma clichê, tratando de desilusões amorosas.

O grupo também tem o costume de utilizar lentes de contato coloridas em seus clipes - o que mostra ao mesmo tempo vontade de pertencer ao ocidente e uma rejeição cultural consigo mesmos. Na Coreia do Sul é extremamente comum a realização de procedimentos estéticos<sup>11</sup>, o que aponta uma vaidade excessiva e uma recusa com sua própria aparência. Não se trata apenas de autoaceitação, mas também de padrão de beleza - mais uma imposição estética da mídia que pressiona todos da sociedade a tentar se adequarem.

### 3.3.3 Boy With Luv

*Boy With Luv* foi o último lançamento do grupo BTS e conta com a participação da cantora norte-americana Halsey. O vídeo foi lançado no YouTube em 12 de abril de 2019 e conta com 367 milhões de visualizações até o então momento - ele detém, hoje, o recorde da plataforma de vídeo mais reproduzido nas primeiras 24h<sup>12</sup> com 74,6 milhões de visualizações - bem à frente do segundo lugar, que está com Taylor Swift e seu videoclipe "Me!", com 65,2 milhões de visualizações.

A música é o primeiro single do novo álbum do grupo, *Map Of The Soul: Persona*.

#### 3.3.3.1 Composição Musical

A música *Boy With Luv* conta com a participação de Halsey, cantora norte-americana que ganhou notoriedade por outra participação que fez, na música

---

<sup>11</sup> Fonte: <<https://www.hypeness.com.br/2016/07/por-que-pais-coreanos-dao-cirurgias-plasticas-para-os-filhos-antes-que-eles-entrem-na-faculdade/>> Acesso em 10.06 às 23h57

<sup>12</sup> Fonte: <<https://www.forbes.com/sites/caitlinkelley/2019/04/15/bts-youtube-24-hour-boy-with-luv/#775a236628b6>> Acesso em 11.06 às 00h18

“Closer” da banda The Chainsmokers. No entanto, Halsey participa pouco da música e até mesmo do clipe, cantando apenas um refrão.

A letra fala muito sobre amor, e conta uma pequena história entre um casal. O grupo frequentemente fala em entrevistas sobre a importância do amor próprio e de se expressar, a música acaba sendo um presente para os fãs, com a banda perguntando para quem está ouvindo: “como foi seu dia?”, “o que te faz feliz?”, “me ensine tudo sobre você”, intercalando versos em inglês e coreano. A banda disponibilizou uma versão especial do videoclipe para os fãs mais próximos, o “army”, mostrando o quanto essa música é destinada a seu público.

Em relação à harmonia, são utilizados apenas quatro acordes na música toda - seguindo o padrão adotado por Taylor Swift: A#, Dm, C, Am - lá sustenido maior, ré menor, dó maior e lá menor. No que diz respeito ao BTS, não há de fato a utilização dos mesmos acordes em todas as músicas, o grupo varia e ousa mais em suas composições.

### 3.3.3.2 Produção Audiovisual

Em *Boy With Luv* fica muito clara a mensagem de amor a ser transmitida, desde os letreiros em todas as partes do vídeo até a letra L ao final, que é uma pequena referência à palavra “love”. O interessante é que o clipe faz uma série de alusões ao filme “Cantando na Chuva”<sup>13</sup>, com cenas e roupas semelhantes e a presença do cartaz do filme em alguns momentos do vídeo.

Além da referência ao famoso filme de 1952, o vídeo segue o padrão dos anteriores - com ambientes coloridos e o grupo dançando, além da ausência de uma história. A ideia principal mais uma vez é ser um clipe visualmente bonito e produzido. O ponto alto é o conjunto dos elementos, que causa a impressão de que foi investido muito esforço para chegar no resultado final - ainda que talvez, de fato, não tenha.

---

<sup>13</sup> Fonte: <<https://www.theedgesusu.co.uk/records/singles/2019/04/24/review-bts-ft-halsey-boy-with-luv/>> Acesso em 11.06 às 22h14

### 3.3.3.3 Análise

*Boy With Luv* é inteiramente sobre a mensagem a ser passada. Ainda que as referências ao filme Cantando na Chuva não sejam tão claras, a ideia principal é que os fãs percebam que a música é para eles. O clipe mostra a palavra “Persona” em destaque no cenário mais importante, uma vez que essa música é a primeira a ser lançada do último álbum, *Map of the Soul: Persona*.

O sucesso do BTS não se justifica apenas pelas músicas e pelos clipes, mas pelo tratamento dado aos fãs. A forma com que se comunicam com eles - ou até mesmo não se comunicam por barreiras linguísticas, mas conseguem, ainda assim, passar o recado de que sabem que os fãs estão lá, e reconhecem a importância que eles tiveram em sua trajetória até chegarem onde chegaram.

## 3.4 ANITTA

Larissa de Macedo Machado, ou Anitta, é atualmente uma das mais bem sucedidas cantoras do Brasil. Com 26 anos de idade, Anitta agencia sua própria carreira e fala fluentemente inglês e espanhol. O início da cantora no mundo da música aconteceu no gênero funk em 2013, com a música “Show das Poderosas”. Desde então, Anitta modificou seu som para o pop - suprimindo uma carência do Brasil na época - e já ousou em outros gêneros como o reggaeton e a bossa nova, além de não ter abandonado sua origem “funkeira”. Ou seja, a cantora já provou que além de conseguir cantar em outras línguas, ela consegue também cantar em outros gêneros que saem de sua “zona de conforto”.

Anitta lançou dois álbuns entre 2013 e 2014, mas a consolidação de seu sucesso veio mesmo com o terceiro álbum de estúdio lançado em 2015, intitulado *Bang!*, que gerou quatro *singles* e foi certificado com disco de platina. Também em 2015, Anitta ganhou o prêmio de *Worldwide Act Latin America* no *MTV Europe Music Awards*, sendo a primeira brasileira a ganhar o prêmio.

Com uma série de parcerias relevantes já na bagagem, Anitta agora conta que em breve fará uma colaboração com Madonna, e como a cantora mesma afirmou, será um funk<sup>14</sup>. A notoriedade que o gênero terá no exterior com essa colaboração será extremamente importante tanto para Anitta, quanto para outros cantores de funk. Independentemente da qualidade sonora, não se pode de forma alguma desmerecer todos os feitos da cantora - uma vez que ela vem sendo a precursora nacional a desbravar o mercado latino-americano.

### 3.4.1 Downtown

A música *Downtown* foi lançada em 20 de novembro de 2017, e tem atualmente 422 milhões de visualizações no canal do YouTube de Anitta, sendo seu vídeo mais assistido. Sucesso internacional, a faixa é cantada em conjunto com J Balvin, cantor colombiano de reggaeton, em espanhol e conta com muitos comentários no vídeo de fãs de outros países da América Latina. A faixa fez parte do projeto Checkmate da cantora, que de setembro até dezembro de 2017 lançou um vídeo por mês - sendo dois desses vídeos em inglês, um em espanhol e um em português.

#### 3.4.1.1 Composição Musical

É inconclusivo sobre o que se trata a letra de *Downtown*. Anitta sempre é ousada em suas composições - no sentido sexual da palavra. Isto posto, é difícil dizer que “a ella le gusta cuando bajo downtown” é “ela gosta quando está no centro da cidade”, que seria a tradução literal. Em espanhol, a expressão “bajo downtown” pode significar “lá embaixo”, que seria uma referência a sexo.

Considerando que mais à frente na música há o trecho “Não adianta só um empate / Eu sigo até te dar um xeque-mate”, soma-se a um considerável número de

---

<sup>14</sup> Fonte: <<https://www.estrelando.com.br/nota/2019/04/17/apos-repercussao-anitta-da-detelhes-de-parceria-com-madonna-e-declara---e-um-funk-236768/foto-1>> Acesso em 12.06 às 22h47

analogias com relações sexuais. Anitta adota essa tática na maioria de suas músicas - assim, ela fala sobre o tema, mas de forma indireta e de certa forma até mais “poética”. Isso reforça o perfil profissional adotado, que sempre foi mais apelativo para o lado sexual - que é como funciona geralmente no funk - mas sofisticada ao mesmo tempo.

Percebe-se um número reduzido de acordes na composição, são utilizados apenas Am (lá menor), B (si maior) e Em (mi menor) na mesma sequência, sem nenhuma variância. A batida que dá o ritmo também é igual na música inteira.

#### 3.4.1.2 Produção Audiovisual

Existem dois vídeos muito relevantes para essa música, um *lyric video*, com a digital influencer Lele Pons - venezuelana e extremamente relevante na rede social Instagram -, que possui mais de 286 milhões de visualizações, e um vídeo oficial, com Anitta e J. Balvin. Com a participação de J. Balvin e a presença de Lele Pons em um vídeo seu, a cantora abriu duas portas importantíssimas para atingir sua meta de conquistar o mercado latino - pois relacionou duas personalidades de nacionalidades diferentes ao seu nome, facilitando a entrada nos mercados venezuelano e colombiano.

O vídeo oficial mostra Anitta e Balvin em um cassino, tentando trapacear em jogos de cartas. A cantora é a única mulher da mesa e aparece em várias cenas com roupas sensuais e iluminação que favorece ainda mais o tom desejado para o clipe.

#### 3.4.1.3 Análise

Considerando que *Downtown* é hoje o vídeo mais assistido de Anitta, é possível dizer que ele foi uma peça fundamental para começar a ser conhecida fora do Brasil. Ela se mostra uma mulher extremamente segura de si, e aparenta saber muito bem aonde quer chegar - isso na carreira como um todo e também no clipe.

Não se trata de uma música difícil de ser composta ou reproduzida em algum instrumento - na verdade, bastaria saber três acordes que já seria o suficiente. Contudo, a ideia principal de Anitta é causar uma impressão marcante - e fazer com que a música grude na cabeça. Para isso, três acordes não são só suficientes, são o ideal - pois são mais fáceis de serem memorizados.

### 3.4.2 Bang

O vídeo de *Bang!* é hoje o segundo mais assistido do canal de Anitta, com 372 milhões de visualizações. Foi lançado em 9 de outubro de 2015, e foi o primeiro vídeo muito bem produzido da artista, como um símbolo para mostrar seus objetivos nessa nova era. Assim como faz Taylor Swift, que se reinventa a cada novo álbum, Anitta não deixa a desejar em sua estreia oficial no gênero do pop e consegue fazer com que pessoas do Brasil inteiro reproduzissem a coreografia de sua música.

#### 3.4.2.1 Composição Musical

A letra da música mais uma vez utiliza a mesma estratégia adotada em *Downtown*, só que em português. Ela fala, entre outras coisas, de relações sexuais e situações que poderiam levar ao sexo. Mas não fala de forma direta, fala indiretamente, com versos como “Vem na maldade, com vontade / Chega, encosta em mim / Hoje eu quero e você sabe que eu gosto assim”, que deixam subentendido a ideia a ser passada e tornam a música mais “leve”. No entanto, a letra é repetitiva e não tem muito conteúdo - fica claro que a repetição da palavra “Bang”, que dá o título à música, acaba distraindo a atenção do restante.

Foram utilizados cinco acordes para a base dessa música, C, B, Em, A, Am - dó maior, si maior, mi menor, lá maior, lá menor - o que mostra uma diversidade maior na composição harmônica.

#### 3.4.2.2 Produção Audiovisual

Para o vídeo, foram utilizados uma série de desenhos coloridos que dão um efeito interessante às cenas, que são todas gravadas em preto e branco. Anitta aparece dançando com duas bailarinas, seguindo a mesma lógica de Beyoncé em *Single Ladies*. A coreografia é divertida e sensual, que é a impressão que Anitta quis passar com o clipe ao colocar, contrastando, os efeitos coloridos e as cenas em preto e branco.

#### 3.4.2.3 Análise

Divertida e sensual são duas palavras que marcam muito a personalidade adotada por Anitta. No entanto, não tem como falar da cantora sem mencionar sua postura decidida e forte. Ela gosta de estar no comando de sua vida por completo - desde o âmbito pessoal até o profissional.

O reflexo de seu empenho veio nos milhares de vídeos de fãs reproduzindo a coreografia de *Bang!*, uma repercussão extremamente positiva e saudável para sua carreira.

#### 3.4.3 Vai Malandra

Vai Malandra é a música mais recente entre as três, e também participou do projeto Check Mate de Anitta em 2017, sendo o último vídeo lançado entre os quatro prometidos pela cantora. Com 358 milhões de visualizações no YouTube, o clipe foi lançado em 18 de dezembro de 2017 e conta com a participação de Mc Zaac, Maejor, Tropkillaz e DJ Yuri Martins.

##### 3.4.3.1 Composição Musical

Com tantas participações, fica difícil de identificar quem foi responsável por cada parte, mas a música mistura o funk, o hip hop e o trap - foi uma clara tentativa de atingir o que está fazendo sucesso no mercado internacional. Cantada em sua maior parte em português, mas com trechos em inglês, Anitta fez mais uma música de melodia e harmonias muito simples - ainda que nesse caso mais diversas que as outras duas - que gruda na cabeça e retrata um pouco do que ela tenta ser.

Escrita em tonalidade menor, a música é animada e diferentemente do padrão, não fala de assuntos mais melancólicos. Foram utilizados os acordes F, E, Fm, G#, C - fá maior, mi maior, fá menor, sol sustenido maior, dó maior. Uma diversidade maior até pelo fato de conter outros gêneros em uma música só.

#### 3.4.3.2 Produção Audiovisual

Muita polêmica foi gerada nesse vídeo. Logo no primeiro frame é possível observar as nádegas de Anitta - com celulites, desmitificando que exista um corpo perfeito e trazendo-a para mais perto da realidade de todas as brasileiras. Em seguida, aparecem cenas com o morro do Vidigal ao fundo.

Diferentemente de *Downtown* e *Bang!*, aqui a intenção foi apenas mostrar o que é o funk no Brasil para quem está vendo de fora. Não há nenhum tipo de luxo no clipe, apenas muita sensualidade - como sempre - e animação, embora tenha havido, sim, muito investimento tanto na música, quanto no clipe. Anitta aparece intencionalmente com a pele mais negra, o cabelo com tranças tipicamente “afro” e crespos. Não será julgado aqui se Anitta é ou não negra - ou se tem ou não descendência negra - mas é importante deixar claro que essa escolha foi intencional para retratar a mulher negra brasileira.

#### 3.4.3.3 Análise

Vai Malandra foi a cereja do bolo do projeto Check Mate. Transitando entre bossa nova em inglês, reggaeton em espanhol, pop em inglês e funk em português, Anitta mostrou para o mundo que é capaz de estar em todos os gêneros de uma vez só - e fechou com chave de ouro mostrando suas origens.

Foi fundamental para criar uma base sólida no mercado estrangeiro para seus próximos lançamentos - pois Anitta não lança uma música pensando apenas nessa música, mas sim em seus próximos *hits* que terão sempre que superar ou, no mínimo, atingir o mesmo patamar das anteriores.

### **3.5 ANÁLISE FINAL**

A construção da imagem de todos os artistas no contexto da indústria da música em 2019 não mais depende unicamente de uma composição bem-feita, um clipe bem produzido ou uma letra bem escrita - vai muito além disso. Todos os pilares que constituem a carreira do artista devem trabalhar juntos - ou seja, desde a comunicação com seus fãs nas redes sociais até o momento de dar uma entrevista devem estar alinhados com o plano estratégico da personalidade adotada.

Não se vende mais apenas o produto, nesse caso, a música, mas sim a imagem do artista como um todo. Assim como em uma organização: não há como desvincular a comunicação das outras áreas da empresa. Como afirma Kunsch, "a comunicação integrada começa a ser hoje uma realidade, não podendo mais fazer uma separação entre a comunicação institucional e a comunicação mercadológica, como não se pode separar o produto ou o serviço da organização" (KUNSCH, 1986, p. 133).

As músicas nesse contexto funcionam apenas como ingredientes da construção da imagem desses personagens. Independente de uma grande sacada para compor uma música, a comunicação é fundamental para o que vai definir se o artista continuará crescendo ou não - uma vez que é preciso manutenção constante da comunicação com seu público. É mais importante hoje que o conteúdo seja visto como genial do que, de fato, ser genial. A lealdade aos fãs é o que vai gerar uma solidez maior na carreira - da mesma forma que acontece com a reputação de grandes empresas: quanto mais confiança na organização, melhor sua reputação. Quanto maior a consideração e quanto mais ouvir seu público, mais vai conseguir agradá-lo.

Não funciona mais lançar uma única boa, são inúmeros casos de artistas que conseguiram atingir o topo com um lançamento e nunca mais foram ouvidos. A

relação com o público precisa ser constante porque, se muito rapidamente um som cai no gosto do público, é com a mesma rapidez que ele vai ser esquecido.

A indústria fonográfica vem se adequando a essa nova realidade - em que depende muito mais do artista do que o artista dela - uma vez que vende-se a imagem do artista e não mais a música sozinha. Com a chegada dos serviços de *streaming*, essa indústria vem se adaptando às novas condições da sociedade - que não aceita mais pagar R\$ 30,00 em um CD. Uma alternativa para esse setor seria desenvolver seus próprios serviços de *streaming* com álbuns de todos os artistas dos quais detém os direitos, mas seria necessário oferecer mais benefícios do que os hoje oferecidos pelas plataformas já existentes, pois conquistar um consumidor novo é muito mais difícil do que manter um já fiel à marca e a troca só aconteceria se houvesse muita vantagem se a fizesse.

Outro ponto interessante a se destacar é que, da mesma forma que acontece no capitalismo com os produtos, a rotatividade que ocorre na produção musical é intensa. Uma mesma música torna-se “velha” após não mais que 4 meses, quando outros milhões de hits já foram lançados. Hannah Arendt, em seu livro “A Condição Humana” (1958, p. 147), aponta: “[...] nossa economia já se tornou uma economia de desperdício, na qual todas as coisas devem ser devoradas e abandonadas quase tão rapidamente quanto surgem no mundo.” (ARENDT, 1958, p. 147), o que mostra uma ânsia muito grande pelo consumo - algo que se reflete hoje intensamente não só na economia, mas como analisado anteriormente, entre tantos outros âmbitos, reflete-se também na música. Como afirma Jean Massin (1997):

Desde os primeiros cânticos cristãos até a música eletroacústica, há uma perpétua sucessão de combates (não sangrentos, mas amiúde encarniçados) entre um musical “antigo” e um “novo” — onde o “novo” nunca demora muito a se tornar o “antigo” de um “novo” mais recente — através do questionamento teórico e da transformação prática das formas e das intenções da composição e da execução musicais (MASSIN, p. 23, 1997)

A música, então, perde sua função primordial - como toda arte, ela deve retratar um contexto e ser uma forma de expressão cultural. O objetivo da música atualmente é apenas distrair a seus ouvintes - não mais informar ou realizar papel social. Todavia, não se pode dizer que ela não mais retrata o contexto histórico atualmente vivido; muito pelo contrário, as grandes produções musicais passam a ser um grande símbolo da ideologia capitalista, com poucos artistas lucrando

milhões se utilizando de uma mesma lógica criacional, porém com muito investimento em sua comunicação e imagem, e uma grande parcela tentando a vida como músicos por amor ao que a música representa, porém sem sucesso.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A tentativa inicial de analisar cifras e letras das músicas acabou se perdendo aos poucos, sendo substituída por uma análise mais completa do cenário do artista no momento em que lançou a música. Isso se deve ao fato de que não há mais separação entre a personalidade do artista e sua música - da mesma forma que as organizações hoje não conseguem desvincular sua imagem de seus produtos.

As duas artistas que seguem o rótulo de “divas do pop” em geral têm atitudes semelhantes - embora Taylor Swift seja mais experiente e Anitta mais principiante em termos de comunicação mercadológica, até por ter menos tempo de carreira. As duas seguem inclusive um padrão em comum para compor, com letras mais sofisticadas para o lado de Swift. O BTS, por outro lado, até pela influência oriental, segue outra linha de comunicação – investindo mais em danças e roupas excêntricas do que na música em si.

É interessante observar que não necessariamente as composições são iguais, embora tenham muito em comum, mas os três artistas sabem a importância de manter uma imagem positiva com seus fãs, seu público-alvo principal, e isso justifica grande parte do sucesso há mais de cinco anos nos três casos. Manter-se em alta em um contexto em que há uma vasta gama de opções é um feito que só acontecerá se todos os pontos de ação estiverem alinhados e forem planejados com todos os profissionais de comunicação envolvidos – bem como os produtores das músicas.

A comunicação atua nesse cenário se adaptando ao cenário do momento, considerando a diversidade dos públicos e de gêneros musicais – as produções acompanham o desenvolvimento da sociedade. Se hoje as músicas são mais simples e repetitivas - e isso é refletido na harmonia e nas letras das músicas - é porque a sociedade vive um momento de mais simplicidade e rapidez. Os artistas acompanharam essa evolução – ou involução – e passaram a produzir músicas menos sofisticadas, com apenas alguns diferenciais para se destacarem em meio a tantas opções.

O que se espera para o futuro é a presença cada vez menor de CDs no mercado, e cada vez mais assinantes nas plataformas de *streaming* de música, que revolucionaram a maneira dos consumidores se relacionarem com a música – pois

vêm exercendo papel influenciador nas decisões dos ouvintes através de seus algoritmos de sugestões.

Para o consumidor, é o cenário ideal a ser aperfeiçoado – pois é pago um valor considerado justo por uma biblioteca de música que não ocupa espaço em memória em seus smartphones. Para os artistas, é interessante a possibilidade de ter mais autonomia e depender menos da indústria – ainda que as plataformas não sejam o mundo ideal, pois a remuneração ainda não é a mais justa possível. A indústria fonográfica, por outro lado, é quem vinha mais se prejudicando com os serviços digitais – mas também conseguiu driblar as dificuldades enfrentadas pela existência de pirataria e vem crescendo novamente.

A música, por fim, continua a exercer seu papel de importância acompanhando os indivíduos em seu dia-a-dia: alegrando, distraindo, e fazendo o dia-a-dia se tornar mais agradável com a presença de uma trilha sonora.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

50 Best Songs of 2018. Disponível em: <<https://www.rollingstone.com/music/music-lists/50-best-songs-of-2018-764204/childish-gambino-this-is-america-donald-glover-764301/>> Acesso em 11.06.2019 às 22h30

A Música: Uma Linguagem – Disponível em <<http://www.unicamp.br/iel/site/alunos/publicacoes/textos/m00011.htm>> Acesso em 16.06 às 23h00

ALBUQUERQUE, C. O novo fluxo da música. 2014. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/cultura/o-novo-fluxo-da-musica-11404667>>. Acesso em 02.06.2019 às 20h03

Anitta encerra projeto Check Mate em dezembro; veja tudo que rolou. Disponível em: <<https://diversao.r7.com/pop/musica/anitta-encerra-projeto-check-mate-em-dezembro-veja-tudo-que-rolou-10122017>> Acesso em 11.06.2019 às 20h40

Após repercussão, Anitta dá detalhes de parceria com Madonna e declara: é um funk. Disponível em: <<https://www.estrelando.com.br/nota/2019/04/17/apos-repercussao-anitta-da-detalhes-de-parceria-com-madonna-e-declara---e-um-funk-236768/foto-1>> Acesso em 11.06.2019 às 20h45

ARAÚJO, Fabiano; BORÉM, Fausto. A Harmonia tonal de Schoenberg: uma proposta para a análise, realização e composição de lead sheets. 2013. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1517-75992013000200005&script=sci\\_abstract&tlng=pt](http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1517-75992013000200005&script=sci_abstract&tlng=pt)> Acesso em 16.06.2019 às 23h10

ARENDT, Hannah. A condição Humana - 10 ed - Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2007.

AUTRAN, Felipe. Streaming ajuda a reduzir consumo de pirataria no Brasil, diz pesquisa. Disponível em <<https://www.tecmundo.com.br/internet/129408-streaming-ajuda-reduzir-consumo-pirataria-brasil-diz-pesquisa.htm>> Acesso em 02.06.2019 às 21h43

BENJAMIN, Jeff. How Korean Boy Band BTS Broke a U.S. K-pop Chart Record – Without Any Songs In English. Disponível em:

<<https://www.billboard.com/articles/columns/k-town/7549104/bts-korean-boy-band-kpop-record-break>> Acesso em 13.06.2019 às 20h47

BENVENISTE, Émile. Semiologia da língua. In: \_\_\_\_\_. Problemas de Lingüística Geral II. Campinas: Pontes, 2006.

BRUHN, Siglind. J.S. Bach's Well-Tempered Clavier - In-depth Analysis and Interpretation. 2014. Disponível em: <<https://web.archive.org/web/20141030175835/http://www-personal.umich.edu/~siglind/wtc-00b-intro.htm>> Acesso em 01.06.2019 às 12h59

BUCHANAN, John D. Anitta Biography. Disponível em: <<https://www.allmusic.com/artist/anitta-mn0003136437/biography>> Acesso em 13.06.2019 às 21h40

CANDÉ, Roland de (2001). História Universal da música. 2 volumes. São Paulo: Martins Fontes.

CASTELLS, Manuel. A sociedade em rede. 1999. São Paulo: Paz e Terra.

CASTRO, Daniel. De manhã, rádio tem o dobro da audiência da TV aberta em SP. Disponível em: <<https://noticiasdatv.uol.com.br/noticia/audiencias/de-manha-radio-tem-o-dobro-da-audiencia-da-tv-aberta-em-sp-3672?cpid=txt>> Acesso em 16.06.2019 às 23h45

CHOMSKY, Noam. Linguagem e Mente: pensamentos atuais sobre antigos problemas. Tradução de Lúcia Lobato; revisão de Mark Ridd. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 1998.

Cifra de Bad Blood. Disponível em: <<https://www.cifraclub.com/taylor-swift/bad-blood/>> Acesso em 10.06.2019 às 20h30

Cifra de Bang!. Disponível em: <<https://www.cifraclub.com/anitta/bang/#tabs=false&instrument=keyboard>> Acesso em 15.06.2019 às 11h32

Cifra de Blank Space. Disponível em: <<https://www.cifraclub.com/taylor-swift/blank-space/>> Acesso em 10.06.2019 às 22h34

Cifra de Boy With Luv. Disponível em: <<https://www.cifraclub.com/bangtan-boys/boy-with-luv/>> Acesso em 14.06.2019 às 9h30

Cifra de DNA. Disponível em: <<https://www.cifraclub.com/bangtan-boys/dna/>> Acesso em 13.06.2019 às 1h20

Cifra de Downtown. Disponível em: <<https://www.cifraclub.com/anitta/downtown-part-j-balvin/>> Acesso em 15.06.2019 às 13h35

Cifra de Fake Love. Disponível em: <<https://www.cifraclub.com.br/bangtan-boys/fake-love/>> Acesso em 13.06.2019 às 21h30

Cifra de Shake it Off. Disponível em <<https://www.cifraclub.com/taylor-swift/shake-it-off/>> Acesso em 11.06.2019 às 19h30

Cifra de Vai Malandra. Disponível em: <<https://www.cifraclub.com/anitta/vai-malandra/>> Acesso em 15.06.2019 às 10h00

CIRIACO, Douglas. 8 serviços de streaming de música para quem ficou órfão do Grooveshark. Disponível em: <<https://canaltech.com.br/musica/8-servicos-de-streaming-de-musica-para-quem-ficou-orfao-do-grooveshark/>> Acesso em 16.06.2019 às 22h15

CITELLI, Adilson. Comunicação e linguagem: diálogos, trânsitos e interditos. MATRIZES. Ano 2 - nº1. 2008.

Comparamos os principais planos de música paga para você escolher o melhor. Disponível em: <<https://olhardigital.com.br/noticia/guia-simples-mostra-as-diferencas-entre-spotify-deezer-e-apple-music/66801>> Acesso em 16.06.2019 às 23h59

CORREA, João Francisco de Souza. Música Concreta e Eletrônica: uma exposição sobre as origens da música eletroacústica. Disponível em: <[http://www.ufjf.br/anais\\_eimas/files/2012/02/Corr%C3%AAa.pdf](http://www.ufjf.br/anais_eimas/files/2012/02/Corr%C3%AAa.pdf)> Acesso em 16.06 às 23h32

Entrevista: Patrícia Vanzella. Pesquisa FAPESP. Disponível em: <<https://revistapesquisa.fapesp.br/2019/05/03/entrevista-patricia-vanzella/>> Acesso em 16.06.2019 às 23h40

ERLEWINE, Stephen Thomas. Taylor Swift Biography. Disponível em: <<https://www.allmusic.com/artist/taylor-swift-mn0000472102/biography>> Acesso em 15.06.2019 às 22h30

ESSINGER, Silvio. Análise: BTS assume linha de frente do exército coreano do pop. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/cultura/musica/analise-bts-assume-linha-de-frente-do-exercito-coreano-do-pop-21377026>> Acesso em 14.06.2019 às 21h30

Every Noise At Once. Disponível em: <<http://everynoise.com/>> Acesso em 23.04.2019 às 20h30

FÁBIO, André Cabette. Este mapa vai fazer você se encontrar entre 1.400 estilos musicais. Disponível em: <<https://www.nexojornal.com.br/expresso/2016/03/29/Este-mapa-vai-fazer-voc%C3%AA-se-encontrar-entre-1.400-estilos-musicais>> Acesso em 23.04.2019 às 19h50

FORSTERS, Susan Christina. Música e humilhação: uma visão através das ações de indenização por dano moral. 2010. São Paulo.

GRIGORIADIS, Vanessa. The Very Pink, Very Perfect Life of Taylor Swift. 2009. Disponível em: <<https://www.rollingstone.com/music/music-country/the-very-pink-very-perfect-life-of-taylor-swift-107451/>> Acesso em 13.06.2019 às 20h30

HOBSBAWM, Eric J. A Era das Revoluções. Disponível em: <<http://lutasocialista.com.br/livros/V%C1RIOS/HOBSBAWM,%20E.%20A%20era%20das%20revolu%E7%F5es.pdf>> Acesso em 16.06.2019 às 23h37

HORKHEIMER, Max; ADORNO, Theodor. A indústria cultural: o iluminismo como mistificação de massas. Pp. 169 a 214. In: LIMA, Luiz Costa. Teoria da cultura de massa. São Paulo: Paz e Terra, 2002. 364p.

Indústria fonográfica registra crescimento de 9,7% em 2018. Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/negocios/industria-fonografica-registra-crescimento-de-97-em-2018/>> Acesso em 16.06.2019 às 23h45

KELLEY, Caitlin. BTS's 'Boy With Luv' Smashes YouTube's Record For Most Views In 24 Hours. Disponível em: <<https://www.forbes.com/sites/caitlinkelley/2019/04/15/bts-youtube-24-hour-boy-with-luv/#28808d628b6e>> Acesso em 14.06.2019 às 21h23

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada. São Paulo: Summus, 1986.

LA BOÉTIE, Etienne. Discurso Sobre a Servidão Voluntária. Cultura Brasileira, 2004.

LAKOFF, G., Johnson, M. Metaphors we live by. Chicago: The University of Chicago Press, 1980 (tradução brasileira com o título Metáforas da Vida Cotidiana, São Paulo: EDUC/Mercado de Letras, 2002).

LEWIS, David. Languages and Language. In Keith Gunderson (ed.), Minnesota Studies in the Philosophy of Science. University of Minnesota Press 3-35 (1975).

LIPSHUTZ, Jason. Watch Taylor Swift Embrace The Crazy in 'Blank Space' Music Video. Disponível em: <<https://www.billboard.com/articles/columns/pop-shop/6312183/taylor-swift-blank-space-music-video>> Acesso em 10.06.2019 às 10h30

MARX, Karl. Manuscritos econômicos e filosóficos. Boitempo Editorial. 1ª edição: 2004. São Paulo. 2ª reimpressão: 2008.

MENDONÇA, Renata. 'Gosto quando dizem que sou caso de marketing': 20 minutos na presença de Anitta. Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/brasil-40748587>> Acesso em 12.06.2019 às 22h00

MORAIS, Gustavo. Anitta dribla pirataria e recebe disco de ouro DVD de platina. Disponível em: <<https://www.cifraclubnews.com.br/noticias/82067-anitta-dribla-pirataria-e-recebe-disco-de-ouro-dvd-de-platina.html>> Acesso em 11.06.2019 às 20h42

MOSCHETTA, Pedro Henrique; VIEIRA, Jorge. Música na era do streaming: curadoria e descoberta musical no Spotify. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/soc/v20n49/1807-0337-soc-20-49-258.pdf>> Acesso em 16.06.2019 às 22h10

Música é Linguagem? – Disponível em <[http://www.rem.ufpr.br/\\_REM/REMv9-1/borges.html](http://www.rem.ufpr.br/_REM/REMv9-1/borges.html)> Acesso em 16.06 às 23h01

Música e vídeo Vai Malandra de Anitta. Disponível em: <<https://www.culturagenial.com/musica-e-video-vai-malandra-de-anitta/>> Acesso em 11.06.2019 às 20h50

NETTL, Bruno. Music. Grove Music Online, itens I.1 a 5; III. 1 a 5, 7-8. Disponível em: <[www.oxfordmusiconline.com:80/subscriber/article/grove/music/40476](http://www.oxfordmusiconline.com:80/subscriber/article/grove/music/40476)>. Acesso em: 16.06.2019 às 23h02

OLIVEIRA, Lucas. Anitta fala da investida no mercado internacional: 'Eu que faço acontecer'. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/cultura/musica/anitta-fala-da-investida-no-mercado-internacional-eu-que-faco-acontecer-21462676>> Acesso em 12.06.2019 às 19h49

OLIVEIRA, Ricardo. EMA 2015: Anitta se consagra e ganha prêmio “Worldwide Act: Latin America”. Disponível em: <<https://portalpopline.com.br/ema-2015-anitta-se-consagra-e-ganha-premio-worldwide-act-latin-america/>> Acesso em 12.06.2019 às 21h30

Partitura de Blank Space. Disponível em: <<https://www.pinterest.ca/pin/358388082832749745/?autologin=true>> Acesso em 14.06.2019 às 22h30

PEREIRA, Eliton Perpetuo Rosa. Música, Formação e Indústria Cultural: Contribuições da Teoria Crítica da Sociedade de Theodor Adorno para o Desenvolvimento de Pesquisas em Formação Musical na Atualidade. 2016.

Poderosa! Anitta recebe disco de platina por Bang. Disponível em: <<http://entretenimento.r7.com/pop/poderosa-anitta-recebe-disco-de-platina-por-bang-04022016>> Acesso em 12.06.2019 às 23h50

Por que pais coreanos dão cirurgias plásticas para os filhos antes que eles entrem na faculdade. Disponível em: <<https://www.hypeness.com.br/2016/07/por-que-pais-coreanos-dao-cirurgias-plasticas-para-os-filhos-antes-que-eles-entrem-na-faculdade/>> Acesso em 13.06.2019 às 23h00

Review: BTS ft.Halsey – ‘Boy With Luv’. Disponível em: <<https://www.theedgesusu.co.uk/records/singles/2019/04/24/review-bts-ft-halsey-boy-with-luv/>> Acesso em 13.06.2019 às 21h35

RUTHERFORD, Kevin. BTS' 'Fake Love' Is Group's First Top 10 on Streaming Songs Chart. Disponível em: <<https://www.billboard.com/articles/columns/chart-beat/8458734/bts-fake-love-first-top-10-streaming-songs-chart>> Acesso em 12.06.2019 às 22h34

SAUSSURE, Ferdinand de. Curso de linguística geral. São Paulo: Cultrix, 2004.

SCHAFER, R. Murray. A afinação do mundo: uma exploração pioneira pela historia passada e pelo atual estado do mais negligenciado aspecto do nosso ambiente: a paisagem sonora/ R. Murray Schafer; tradução Marisa French Fonterrada - Sao Paulo: Editora UNESP, 2001.

SCHOENBERG, Arnold. Harmonia. Trad. Marden Maluf . São Paulo: Editora UNESP, 1999 [1911]

SILVEIRA, S. Pirataria no Brasil deve cair com o crescimento do Spotify, diz a empresa. 2014. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/tec/2014/07/1488339->

pirataria-no-brasildeve-cair-com-o-crescimento-do-spotify-diz-empresa.shtml>.

Acesso em: 02.06.2019 às 20h10

SWAFFORD, Jan (1992). The Vintage Guide to Classical Music. Nova York: Vintage Books.

The 100 Greatest Boy Band Songs of All Time: Critics' Picks. Disponível em: <<https://www.billboard.com/amp/articles/news/list/8362499/greatest-boy-band-songs-of-all-time-top-100>> Acesso em 12.06.2019 às 23h40

Tradução da letra de Boy With Luv. Disponível em: <<https://www.letras.mus.br/bangtan-boys/boy-wit-luv-feat-halsey/traducao.html>> Acesso em 14.06.2019 às 9h35

Tradução da letra de DNA. Disponível em: <<https://www.letras.mus.br/bangtan-boys/dna/traducao.html>> Acesso em 13.06.2019 às 19h32

Tradução da letra de Downtown. Disponível em: <<https://www.letras.mus.br/anitta/downtown/traducao.html>> Acesso em 15.06.2019 às 13h40

Tradução da letra de Fake Love. Disponível em: <<https://www.letras.mus.br/bangtan-boys/fake-love/traducao.html>> Acesso em 13.06.2019 às 21h31

UNGERMAN, Alex. Radio Disney Music Awards 2018: The Complete Winners List. Disponível em: <<https://www.etonline.com/radio-disney-music-awards-2018-the-complete-winners-list-104826>> Acesso em 12.06.2019 às 23h30

VANZELLA, Patricia; BALARDIN, Joana B. FURUCHO, Rogeiro A.; SATO, João R. Correlatos neurais de processos cognitivos envolvidos na performance de duos de violinistas: Relato de pesquisa em fase de coleta de dados. 2016. Anais do XII Simpósio Internacional de Cognição e Artes Musicais.

Videoclipe de Bad Blood no YouTube. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=Qcly9NiNbmo>> Acesso em 10.06.2019 às 21h00

Videoclipe de Bang! no YouTube. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=UGov-KH7hkM>> Acesso em 15.06.2019 às 11h30

Videoclipe de Blank Space no YouTube. Disponível em:  
<<https://www.youtube.com/watch?v=e-ORhEE9VVg>> Acesso em 10.06.2019 às 22h35

Videoclipe de Boy With Luv no YouTube. Disponível em:  
<<https://www.youtube.com/watch?v=XsX3ATc3FbA>> Acesso em 14.06.2019 às 9h40

Videoclipe de DNA no YouTube. Disponível em:  
<<https://www.youtube.com/watch?v=MBdVXkSdhwU>> Acesso em 13.06.2019 às 19h30

Videoclipe de Downtown no YouTube. Disponível em:  
<<https://www.youtube.com/watch?v=wIS6lx7mA0w>> Acesso em 15.06.2019 às 13h30

Videoclipe de Fake Love no YouTube. Disponível em:  
<<https://www.youtube.com/watch?v=7C2z4GqqS5E>> Acesso em 13.06.2019 às 21h35

Videoclipe de Shake it Off no YouTube. Disponível em:  
<[https://www.youtube.com/watch?v=nfWlot6h\\_JM](https://www.youtube.com/watch?v=nfWlot6h_JM)> Acesso em 11.06.2019 às 21h30

Videoclipe de Vai Malandra. Disponível em:  
<[https://www.youtube.com/watch?v=kDhptBT\\_-VI](https://www.youtube.com/watch?v=kDhptBT_-VI)> Acesso em 15.06.2019 às 10h02

Website Big Hit. Disponível em:  
<<https://bts.ibighit.com/eng/discography/index.php>> Acesso em 16.06.2019 às 23h00