

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO  
ESCOLA DE COMUNICAÇÕES E ARTES  
DEPARTAMENTO DE RELAÇÕES PÚBLICAS, PROPAGANDA E  
TURISMO



JOÃO PAULO LIMA TELLES RUDGE

**CATEGORIZAÇÃO MUSICAL NA ERA DO STREAMING:**  
*o conceito de gênero na indústria musical do século XX ao XXI  
e a proliferação de nichos no ambiente digital*

SÃO PAULO  
JUNHO/2020

JOÃO PAULO LIMA TELLES RUDGE

**CATEGORIZAÇÃO MUSICAL NA ERA DO STREAMING:**  
*o conceito de gênero na indústria musical do século XX ao XXI  
e a proliferação de nichos no ambiente digital*

Monografia apresentada à Escola de Comunicações e Artes, da Universidade de São Paulo, como parte dos requisitos para a graduação em Publicidade e Propaganda

Orientador: Prof. Dr. Bruno Pompeu

SÃO PAULO  
JUNHO/2020

## RESUMO

Diante de um cenário em que se observa um aumento no número de artistas musicais que flertam com diversos gêneros musicais, e de artistas de grande renome na indústria que passam a expressar publicamente seu descontentamento com esse conceito, esta monografia se propõe a investigar a maneira na qual a categorização musical aparece nos diferentes setores da indústria, que envolve artistas, ouvintes, críticos musicais e distribuidoras digitais. Para isso, esse trabalho passa por algumas etapas: revisitar o conceito de gênero musical, se pautando em estudos de Franco Fabbri e Simon Frith; analisar a história da indústria musical desde o início do século XX, destacando as alterações pelas quais ela atravessa, até a atualidade, em um novo contexto em que plataformas digitais como Spotify se tornam a principal via de consumo musical; entrevistar pessoas de diferentes setores da indústria (um produtor musical, um crítico, uma representante de uma distribuidora digital, e dois ouvintes). Todas essas etapas possuem o conceito de gênero musical como norteador de suas análises, e as entrevistas em profundidade foram realizadas para extrair noções mais frescas de uma discussão que ainda é, de certo modo, uma discussão recente na indústria, mas que vem gerando um interesse progressivamente maior em pesquisadores de comunicação e música. As fontes escolhidas possibilitaram uma discussão que envolve uma dinâmica muito importante que ocorre no ambiente digital, que é uma numerosa formação de diversos nichos musicais em plataformas musicais de música independente, como o Soundcloud e o Bandcamp, dinâmica essa que é representativa desse ambiente digital, e que é de extrema importância para se pensar no funcionamento do conceito de gênero nos dias de hoje.

Palavras-chave: Categorização musical; Gêneros musicais; Indústria musical; Plataformas de *streaming*; Nichos online; Nichos musicais.

## ABSTRACT

### **Music categorization in the age of streaming: the concept of genre in the music industry from the 20th to the 21st century and the proliferation of niches in the digital environment**

Facing a landscape in which a rise on the number of genre-bending music artists can be seen, and mainstream names of the industry starts to question the validity of such concept in this digital age, this monography tries to investigate the way in which music categorization shows up in different sections of the music industry, which includes artists, listeners, music critics and digital distributors. For that goal, this study follows the following steps: revisiting the concept of music genre using the studies of Franco Fabbri and Simon Frith; analyzing the history of the music industry since the start of the 20th century, highlighting the main changes it went through during this period, until today, in a new context in which digital platforms like Spotify became the main source of music consumption; interviewing people from different sections of the industry (a music producer, a music critic, an employee of digital distributor, and two listeners). All of those steps have the concept of music genre as a guideline for every analyses made in this study. The in-depth interviews were realized so that fresher insights on the subject could be reached, in a discussion that it's still very recent from the industry perspective, but that it's gathering a progressively bigger interest from researchers of both music and communication circles. The chosen sources allowed a discussion that involves a really relevant dynamic that happens in the digital environment, that is the formation of multiple music niches in platforms such as Soundcloud and Bandcamp, that are mostly tied to the work of independent music artists. Such dynamic is representative of what happens in the digital environment, and it's extremely important for us to think about how the concept of genre works in today's musical landscape.

Keywords: Music categorization; Music genre; Music industry; Streaming platforms; Online niches; Music niches.

## SUMÁRIO

|            |  |    |
|------------|--|----|
|            | <b>INTRODUÇÃO</b>  | 6  |
| <b>1</b>   | <b>A CATEGORIZAÇÃO MUSICAL</b>   | 8  |
| <b>1.1</b> | <b>Franco Fabbri e as regras de gênero</b>   | 8  |
| 1.1.1      | Formais e técnicas   | 9  |
| 1.1.2      | Semióticas   | 9  |
| 1.1.3      | Comportamentais  | 10 |
| 1.1.4      | Sociais e ideológicas  | 11 |
| 1.1.5      | Econômicas e jurídicas   | 12 |
| <b>1.2</b> | <b>Simon Frith, categorias de gênero e o mercado</b>   | 12 |
| <b>1.3</b> | <b>Sobre o trabalho dos dois autores</b>   | 14 |
| <b>2</b>   | <b>A HISTÓRIA DA INDÚSTRIA DA MÚSICA: A PRODUÇÃO E O CONSUMO DE MÚSICA POPULAR DO SÉCULO XX AO XXI</b>                 | 15 |
| 2.1        | Revisitando a música como uma atividade humana   | 15 |
| 2.2        | A música como mercadoria   | 17 |
| 2.3        | A prosperidade da indústria: conflitos e novas tecnologias   | 19 |
| 2.4        | A digitalização da música: os ingredientes para o declínio   | 22 |
| 2.5        | A era do streaming e as novas dinâmicas de consumo   | 25 |
| <b>3</b>   | <b>ENTREVISTAS EM PROFUNDIDADE: ENTENDENDO O CONCEITO DE GÊNERO NOS DIVERSOS SETORES DA CADEIA PRODUTIVA DE MÚSICA</b> | 28 |
| 3.1        | Retomando o cerne do trabalho  | 28 |
| 3.2        | Sobre os entrevistados   | 28 |
| 3.3        | A formação do gosto musical e a relação com a música   | 30 |
| 3.4        | O processo de descoberta musical   | 34 |
| 3.5        | As plataformas de streaming e o novo modelo de negócio da indústria musical  | 37 |
| 3.6        | Como o streaming é incorporado pelos ouvintes  | 39 |
| 3.7        | Artistas independentes, comunidades online e proliferação de nichos musicais   | 43 |

|            |  |           |
|------------|--|-----------|
| <b>3.8</b> | <b>Artistas de gênero musical fluído e o mercado</b> | <b>47</b> |
| <b>4</b>   | <b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b>                          | <b>50</b> |
| <b>5</b>   | <b>REFERÊNCIAS</b>                                   | <b>57</b> |

## INTRODUÇÃO

O Grammy de 2020 foi palco de uma polêmica que impactou certa parte da indústria musical. Após vencer a categoria “Melhor Álbum de Rap do Ano”, Tyler Gregory Okonma, conhecido pelo seu nome artístico “Tyler, The Creator”, em uma entrevista após as premiações, fez a seguinte declaração:

Por um lado, sou muito grato que algo que fiz possa ser reconhecido em um mundo como esse. Mas ao mesmo tempo, é ruim que quando nós, e me refiro a caras que se parecem comigo, fazem algo que transcende gêneros, sempre nos colocam na categoria de rapper ou urbano. E eu não gosto dessa palavra 'urbano', é só um jeito politicamente correto de dizer 'a palavra com n'.

Para compreender melhor o contexto dessa fala, é importante destrinchar a problemática em questão. Tyler é um artista dos Estados Unidos, que ficou conhecido por muitos como um artista de rap. No entanto, em seu álbum intitulado “Igor”, no qual Tyler assume não só os créditos como escritor, mas também como produtor e arranjador de todo o projeto, ele apresenta uma proposta que facilmente pode ser percebida como um álbum que flerta com diversos estilos musicais. Pode-se dizer que dentre as sonoridades exploradas, a do rap quase nem aparece. Quando se soma a isso o fato de que Tyler é um artista negro, a crítica formulada por ele fica escancarada. Para a indústria, existe uma tendência muito forte em classificar qualquer artista negro em categorias como urbano, rap, ou R&B.

O problema de Tyler com os Grammys passa por uma questão fundamentalmente racial. Ainda nessa mesma polêmica, Billie Eilish, outra artista que vem fazendo sucesso atualmente, concorda com Tyler em sua crítica. Em uma entrevista, ela expressa a seguinte opinião.

O mundo quer me colocar em uma caixa. Eu passo por isso minha carreira inteira. Só porque eu sou uma adolescente branca eu sou 'pop'. Onde que eu sou pop? Que parte da minha música é pop?.

Por mais que esses questionamentos partam de diferentes perspectivas, elas envolvem uma crítica comum. A indústria musical muitas vezes se pauta no conceito de gênero para enquadrar os artistas que estão nela inseridos. Isso se dá de forma tão rígida que qualquer movimento do mesmo que flerte com outras sonoridades musicais possa ser recebido com resistência por parte das gravadoras, e as vezes, até por parte dos fãs. Esse tipo de dinâmica faz com que diversos artistas como Frank Ocean, e até a própria

Billie Eilish, coloquem a importância do conceito de gênero em cheque, alegando que o mesmo teria se tornado desatualizado, ou até obsoleto.

Outro ponto instigante a respeito dessa discussão envolvendo gêneros refere-se à proliferação de algumas denominações musicais no ambiente digital, dentre elas: chillwave, vaporwave, lofi hip-hop, jazztronica, electro-industrial, funk 150 bpm, tecno-brega, etc. Sendo esses termos tão abundantes na internet, surge a dúvida: o que eles representam? Se tratam de sub-gêneros? Ou há outra questão envolvida?

Para refletir sobre esses fenômenos, faz-se necessário levar a diante as seguintes indagações: o que define um gênero musical? Que papel ele exerce na cadeia produtiva de música atualmente? Como ele é compreendido e absorvido por artistas, críticos musicais, agentes da indústria e ouvintes?

Para além dessas perguntas, percebe-se que o funcionamento da indústria musical hoje é significativamente diferente do que era no século XX, e isso está diretamente relacionado a fatores como: a globalização; a difusão da internet como meio de comunicação em massa; a digitalização da música e a ascensão de plataformas de *streaming* como o padrão de consumo na indústria.

As primeiras pesquisas realizadas para essa monografia buscaram conciliar os questionamentos sobre a definição teórica de gêneros musicais e o contexto social descrito no último parágrafo, o que levou ao artigo “Revisitando a noção de gênero musical em tempos de cultura musical digital” (2018) de JANOTTI Jr e PEREIRA DE SÁ. Esse artigo, justamente por conciliar os eixos de discussão previamente estabelecidos foi de extrema importância para definir o mapa conceitual que norteou esse trabalho, através do qual a noção de gênero vai sendo definida como um mediador entre o artista e o ouvinte de música. Além disso, o recorte que foi feito nesse artigo também é o que foi estabelecido nessa monografia.

A originalidade dessa pesquisa parte da metodologia escolhida para investigar esses questionamentos. Foram realizadas cinco entrevistas em profundidade com fontes que ocupam diferentes setores da cadeia produtiva de música: um produtor/artista; um crítico musical; uma representante de uma distribuidora digital; dois ouvintes. O objetivo das entrevistas é tentar compreender em que medida o gênero musical é percebido e utilizado nesses diferentes âmbitos.

## 1. A CATEGORIZAÇÃO MUSICAL

Para se compreender de que maneira as noções de gênero musical se manifestam no cenário contemporâneo, é de suma importância que o debate realizado acerca desse tema seja revisitado. Para tal, essa pesquisa toma como referência os estudos de Franco Fabbri (1981) e Simon Frith (1996).

### 1.1 Franco Fabbri e as regras de gênero

Fabbri é um musicólogo italiano que possui uma vasta produção acadêmica. Ele é um dos pesquisadores que mais contribuíram para a teoria de gênero musical, sendo considerado um dos pioneiros nessa área, e suas ideias são frequentemente citadas nos estudos desse campo.

Em *“Uma teoria dos gêneros musicais: duas aplicações”* (1981), Fabbri assinala a complexidade envolvida no problema da análise de gêneros. Em seu estudo, ele parte da seguinte definição de gênero musical: “Um gênero musical é um conjunto de eventos musicais (reais ou possíveis) cujo curso é governado por um conjunto de regras aceitas socialmente”. O que Fabbri designa como evento musical relaciona-se com a definição de “música” dada pelo semiólogo italiano Stefani (1976): “Qualquer tipo de atividade realizada acerca de qualquer evento envolvendo som”.

Fabbri opta por trabalhar com uma definição bastante ampla de música de forma proposital, visando impedir a deslegitimação de certas obras musicais por parte de alguns estudiosos. Uma obra que, por exemplo, utilize apenas sons de utensílios de cozinha pode não ser considerada música para alguns musicólogos, por diversas razões, mas pode ser tratada como música por comunidades com menor influência no meio. Fabbri, se antecipando a essa questão, define música de uma maneira abrangente, para que o debate sobre gêneros musicais não passe por essa problemática.

Fabbri propõe, nesse mesmo trabalho, que a discussão de gêneros musicais seja estabelecida a partir de cinco eixos, ou regras, de análise. Esses eixos consistem em: regras formais e técnicas; regras semióticas; regras comportamentais; regras sociais e ideológicas; regras econômicas e jurídicas. É importante dizer que Fabbri realiza essa separação com fins didáticos, para auxiliar na compreensão do processo de criação dos

gêneros, o que não quer dizer que essas regras funcionem de forma isolada uma da outra. Esses eixos estão em constante interação durante todo esse processo. A seguir, serão feitos breves comentários em relação ao que é discutido em cada uma dessas regras.

### 1.1.1 Formais e técnicas

Essas referem-se a convenções de composição e de instrumentação. Estas regras têm um papel relevante em todos os gêneros musicais e não apenas naqueles chamados “cultos”. A diferença é que em alguns casos, essas regras estão escritas, teorizadas, e rigidamente estabelecidas por musicólogos, com o exemplo de suítes, sonatas, sinfonias, música de câmara, etc. Em outros casos, essas regras são passadas via tradição oral, como disco, blues, soul, heavy metal, etc.

Percebe-se nessa diferença de processos uma separação natural entre músicas de origem erudita e de origem popular, sendo as de origem erudita aquelas que tradicionalmente possuem maior rigidez na teorização de musicólogos, e as de origem popular aquelas em que uma noção formal e técnica representa mais uma convenção de sonoridade do que um tratado teórico.

Na música popular, se percebe que esse é o eixo que costuma predominar nas discussões de gênero musical, mas como veremos a seguir, elas podem não ser as mais definidoras, dependendo do caso analisado.

### 1.1.2 Semióticas

Fabbri entende que todas as regras sobre gênero são semióticas, na medida em que todas são códigos que criam uma relação entre a realização de um evento musical e seu conteúdo. Contudo, nesse mapeamento de regras musicais que elabora e que aqui está sendo sintetizado, Fabbri considera como regras semióticas apenas aquelas que dizem respeito à música como um tipo de retórica, isso é, como a música se utiliza de símbolos e de sentimentos para se comunicar, incluindo-se aí, dentre outros aspectos, a relação entre o espaço, a comunidade que o ocupa, a intensidade do som, a distância dos espectadores entre si e em relação aos músicos, e códigos mímico-gestuais (postura, movimento dos cantores, instrumentistas, maestros, ouvintes e críticos).

São pontos sutis, mas que se aplicam em diversos casos. Nesse eixo, pode se citar como exemplo situações em que uma mesma música é performada em diferentes contextos, a ponto de serem concebidas de formas totalmente distintas. A música “Smells Like Teen Spirit”, de Nirvana, recebeu uma reinterpretação do pianista Robert Glasper, e o que se percebe ao se comparar as duas versões ao vivo é quão diferentes são as atmosferas em ambos os casos.

A versão de Nirvana, executada em grandes palcos, conta com luzes extravagantes, uma intensa movimentação da plateia, vocais com o timbre tipicamente “rasgado” de Kurt Cobain, membros da banda balançando os longos cabelos (elementos típicos no rock e no punk), que contribuem para que a música transmita essa mensagem de potência e rebeldia. A apresentação de Robert Glasper, realizada em um clube de jazz com atmosfera bem mais intimista, é baseada na mesma melodia, nos mesmos acordes, mas a forma na qual ele as executa passa uma melancolia e introspecção que a versão original não transmite, levando o público a um estado quase que meditativo. É claro que as regras formais e técnicas também se manifestam nesse exemplo, mas elas não atuam de forma isolada nesse processo.

### 1.1.3 Comportamentais

Fabbri admite que as regras comportamentais podem ser confundidas com as regras semióticas. Esse eixo analisa a performance dos artistas do ponto de vista gestual, observando de que forma a musicalidade e a personalidade destes se manifesta fisicamente. Essa definição se entrelaça com o eixo semiótico no sentido de que as linhas que dividem um gesto com intenção musical de um gesto não musical podem não ser tão evidentes.

As regras comportamentais também dizem respeito ao comportamento do público. Novamente se utilizando de uma dualidade entre rock e jazz, existe uma expectativa muito contrastante em relação ao que se encontra em ambas as plateias. Em um show de rock, o que se espera do público é uma participação intensa, em que ele não apenas cante as músicas, mas que as grite, pule, participe dos tradicionais bate-cabeça, e viva o show intensamente. Em um show de jazz, o mesmo comportamento seria enxergado como uma falta de respeito aos músicos, e o que se espera é que os fãs aplaudam

apenas aos finais dos solos de cada um dos instrumentistas, e ao final da música. Há um certo código de ética envolvido.

#### 1.1.4 Sociais e ideológicas

Esse eixo trata por estabelecer as regras sociais e ideológicas que são preponderantes na discussão de alguns gêneros musicais. Seria impossível não tratar dessa questão tendo em vista que essas categorias musicais são convenções estabelecidas entre os diversos membros da sociedade, sejam eles ouvintes, músicos, donos de gravadora, críticos musicais, musicólogos, jornalistas, etc.

Essas regras se manifestam com pesos diferentes nos gêneros musicais que conhecemos, e elas podem ou não ser decisivas nessa categorização. O hip-hop, por mais que tenha suas características formais e técnicas bem reconhecidas, é um dos gêneros cujo peso ideológico e social possui grande preponderância, tendo em vista que o estilo ganha força justamente a partir da necessidade do negro afro-americano denunciar a realidade que eles viviam em suas comunidades. O formato de poesia característico do estilo é um elemento que auxilia nesse caráter ideológico, por dar mais liberdade ao artista de se articular de maneira mais direta com o ouvinte, através da letra.

Dentro do próprio hip-hop, existem subcategorias que são estabelecidas a partir de um viés estritamente ideológico e social, como é o caso do *Gangsta Rap* e do *Conscious Hip-Hop*. Esses termos não são tão disseminados para o público geral, mas dentro da comunidade hip-hop, são extremamente familiares e corriqueiros.

O *Gangsta Rap* é uma vertente do Hip-Hop popularizada pelo grupo N.W.A. O estilo é caracterizado por letras de conteúdo explícito, que relatam o universo das gangues dos guetos americanos, envolvendo tráfico de drogas, confrontos com a polícia, assassinatos, e outros episódios que integram essa realidade. Na visão desses artistas, o Hip-Hop funciona como uma forma de canalizar a ira provocada por anos e anos de repressão policial, denunciar a realidade que vivem, e abraçar a imagem do *gangster* como uma forma de empoderamento negro.

O *Conscious Hip-Hop* (hip-hop consciente, em português), como o nome já indica, envolve uma abordagem distinta. O termo surge com a ascensão de artistas como Mos Def, Talib Kweli e Common, cujas letras caminham por uma rota diferente do Gangsta

Rap, no sentido de pregar valores como o respeito às mulheres negras, a importância da união na comunidade afro-americana, da espiritualidade, do conhecimento, da maturidade, e da consciência política.

Os termos *Gangsta Rap* e *Conscious Hip-Hop*, assim como a maioria dos gêneros, surge organicamente na comunidade, sem necessariamente os artistas aprovarem a definição. No caso do *Conscious Hip-Hop*, havia uma preocupação desses artistas em não serem associados ao termo. Mas o ponto principal sendo realizado aqui é o de que, nesse exemplo específico, o principal eixo utilizado essa categorização é social e ideológico.

#### 1.1.5. Econômicas e jurídicas

Tais regras dizem respeito aos processos de produção, distribuição, comercialização e divulgação das obras musicais e aos processos de regulamentação jurídica aí envolvidos como: recebimento de royalties, direitos de imagem, estabelecimento de propriedade intelectual, etc.

### 1.2 Simon Frith, categorias de gênero e o mercado

O sócio musicólogo britânico Simon Frith, no livro “*Performing Rites: On the value of popular culture*” (1996), também oferece importantes contribuições na discussão desenvolvida nessa monografia. Segundo ele, o conceito de gênero funciona como mediador entre um artista e o seu potencial público e é através dessa noção que o processo de venda se organiza. Para Frith, categorias genéricas são inevitáveis na organização da cultura popular. No capítulo intitulado “*Genre Rules*”, Frith explora diversas frentes nas quais o mercado participou do processo de categorização musical. São essas: gravadoras; premiações como os Grammies; lojas de disco; estações de rádio e revistas.

No caso das gravadoras, ele diz que para solucionar o problema mercadológico subentendido, isso é, transformar música em commodity, essas se apoiam em categorias de gênero. Esse raciocínio leva gravadoras a realizarem duas perguntas principais no momento de decidir ou não a contratação de um novo artista: “como a música soa?”; “quem vai comprar?”. Aqui, percebe-se justamente duas perguntas que, se combinadas,

nos mostram que as gravadoras veem nas categorias de gênero musical uma ponte entre a música (o produto), e o ouvinte (consumidor). Dessa forma, as gravadoras atuam de maneira a comportar essas noções de gênero em seus negócios, estipulando diferentes departamentos da empresa para cada um dos gêneros. Para tomar uma decisão a respeito de uma contratação, a gravadora analisa o músico em termos de mercado, pensando no nicho onde ele se encontra e na concorrência que ele enfrenta, inclusive na própria gravadora. Se realmente a contratação for efetuada, a gravadora iniciará o que Frith designa como *packaging policies* (que pode ser traduzido como políticas de empacotamento). Essas políticas influenciarão em decisões relativas ao comportamento dos artistas no palco, nas sessões de gravação, nas coletivas de imprensa, também o estilo da capa dos discos e dos vídeos. Essas políticas são norteadas pela categoria de gênero definida inicialmente.

Por outro lado, Frith entende que, ainda que a indústria possua grande influência no processo de categorização musical, isso não significa que seu modo de categorizar seja claro e consistente. A complicação aí em jogo é como compatibilizar as diferentes necessidades dos diversos componentes do mercado. Afinal, cada uma dessas frentes tem um modo específico de mapear seus consumidores. No caso das lojas de discos, a disposição da vitrine e das prateleiras pode depender de demandas imediatas, que geram categorias como “divulgados na Televisão”. Categorias como “vocais femininos” ou “vocais masculinos” não são o que se considera categorias de gênero musical, mas são criadas como uma tentativa do lojista de atender uma demanda do consumidor.

Frith assinala que nas famosas premiações do Grammy fica visível o quanto que a indústria pode se perder nas próprias categorizações, e gerar diversas incoerências e constrangimentos. Frith elenca a quantidade de vezes em que o nome das categorias para cada prêmio mudou com o passar do tempo e exemplos de imprecisões na inserção de artistas nas categorias disponíveis. Para ele, esse fenômeno revela como a indústria musical gostaria que o mercado estivesse organizado e, ao mesmo tempo, sua necessidade de se ajustar, ainda que tardia e relutantemente, ao funcionamento do mercado, que é em grande parte determinado pela opinião do músico e dos seus ouvintes. Esse processo pode ser observado até hoje, e rende uma série de críticas aos Grammy por parte dos fãs e dos artistas.

### **1.3 Sobre o trabalho dos dois autores**

É importante destacar a diferença na abordagem desses dois autores quando esses discutem a questão de gênero musical. Frith cita Fabbri como uma referência em seu trabalho, mas vale apontar que o recorte de Frith é mais focado na maneira prática pela qual o conceito de gênero musical se manifesta em sociedade, isso é, tanto no consumo como na produção de música popular, enquanto o esforço de Fabbri é mais centrado na definição conceitual e musicológica do conceito. Não por acaso, Frith se considera um sociomusicólogo, enquanto Fabbri se define puramente como musicólogo. A perspectiva sociomusicológica de Frith é muito importante para esse trabalho, tendo em vista que é nas relações sociais que o caráter mediador dos gêneros musicais se revela.

Desde a publicação de Simon Frith, em 1996, mudanças drásticas e estruturais ocorreram na cadeia produtiva da indústria musical, e é impossível deixar de abordá-las para compreendermos qual é a relevância dos gêneros musicais na mediação entre produtores e ouvintes de música nos dias de hoje. Essas mudanças serão abordadas no próximo capítulo.

## 2. A HISTÓRIA DA INDÚSTRIA DA MÚSICA: A PRODUÇÃO E O CONSUMO DE MÚSICA POPULAR DO SÉCULO XX AO XXI

### 2.1 Revisitando a música como uma atividade humana

Antes de mergulharmos em uma retrospectiva da indústria da música, é importante que façamos algumas distinções. Frith faz excelentes pontuações quando relaciona gêneros musicais como segmentações de mercado. Contudo, é importante frisar algo que Frith também concorda e ainda não havia sido exposto: a música nem sempre operou dentro dessa lógica consumerista. Como veremos, essa lógica é progressivamente absorvida na sociedade de forma paralela às industrializações e revoluções tecnológicas pelas quais passamos. Novas tecnologias, no entanto, não são apenas facilitadores do consumo de música, elas também são intermédios entre o artista e a criatividade, representando novas possibilidades de expressão artística para os músicos.

A história da música como atividade humana é tão extensa que os primeiros registros de sua existência remontam à pré-história. O instrumento musical mais antigo já encontrado é uma flauta, que foi descoberta em uma caverna na Alemanha, que possui cerca de 35 mil anos de existência, segundo as estimativas. Vale notar aqui que um dos principais “instrumentos” musicais é a própria voz, e essa certamente começou a ser explorada pelo ser humano há ainda mais tempo que a flauta. Alguns musicólogos estudam a conexão da música com a natureza e tentam compreender como a última pode fornecer aos seres humanos aquilo que é denominado como uma paisagem sonora, algo que passa a fazer parte da mente musical de um indivíduo. Há música no canto dos pássaros para aqueles que tem ouvidos para escutá-la, e provavelmente este serve como inspiração para a criação de alguns instrumentos de sopro, como a própria flauta, por exemplo.

Os momentos de maiores transformações na música estão em quase todos os casos associados à grandes invenções humanas. Aqui é importante citar como exemplos: o desenvolvimento da escala pitagórica que estabeleceu os pilares para as primeiras notas musicais; a notação musical, que partiu de um sistema rudimentar até chegar ao pentagrama que utilizamos hoje, possibilitando o registro dessas notas de

forma escrita; o estabelecimento da escala temperada, que solidifica a afinação da escala cromática que é mantida até hoje na música ocidental.

A invenção do piano vale uma pontuação importante. Derivado de instrumentos como o clavicórdio e o cravo, este possibilitou uma gama de expressão musical sem precedentes e ressoava em um volume alto o suficiente para performances públicas. Esse instrumento, combinado com as demais invenções mencionadas, possibilitaram o início de uma era em que diversos compositores considerados cruciais como Bach, Beethoven e Mozart pudessem explorar artifícios musicais como polifonia e dinâmica de maneira completamente nova. A partir daí, surge grande parte dos gêneros de música erudita que conhecemos e, de certa forma, algumas das descobertas de contraponto e harmonia aí exploradas certamente são empregadas na música popular futuramente.

Nessa época, a atividade musical já era financiada por recursos provenientes da aristocracia e da Igreja e sua comercialização envolvia diversas frentes: a remuneração por performances; o financiamento de compositores; a venda de partituras e instrumentos. Percebe-se que, mesmo em um gênero como a música clássica onde o eixo formal e técnico, como articula Fabbri, é tão determinante, já há uma perspectiva econômica orientando a composição musical.

Até esse momento, entretanto, ouvir música era algo restrito ao espaço e ao tempo no qual a performance ocorre. Tal realidade só começa a se alterar quando o processo de gravação e reprodução sonora surgiram, na segunda metade do século XIX, partindo invenções como o fonoautógrafo de Édouard Leon-Scott, em 1860, o fonógrafo de Thomas Edison em 1877 e o gramofone de Berliner em 1888. No entanto, a produção musical nesse momento ainda não era feita de forma massificada, tendo em vista as limitações desses dispositivos no que tange a fidelidade dessas gravações, que perdia qualidade sonora a cada cópia realizada, devido a sua natureza mecânica de funcionamento.

Entre as décadas de 1910 e 1920, nos Estados Unidos, houve uma grande difusão da rádio como um meio de comunicação. Nesse caso, podemos perceber uma expansão do alcance do público que uma performance musical poderia obter. Em outras palavras,

o espaço do ouvinte não precisa mais coincidir com o do performer. Mas as pessoas ainda estavam submetidas ao tempo em que essa performance ocorria.

É importante assinalar aqui algumas peculiaridades da rádio como meio comunicacional: seu foco está na venda de ouvintes para anunciantes, e não na venda de música para ouvintes. Em função disso, toda a programação da rádio é segmentada pensando primordialmente em nichos de mercado. Aqui está presente a noção de “formatos de rádio” (do inglês *radio format*), que diz respeito ao conteúdo transmitido por cada estação, dos quais podemos citar como exemplo: *Adult contemporary*; *Jazz/blues/standards*; *Rock*; *Country*. A despeito de não funcionarem segundo critérios estritamente musicais, os primeiros gêneros de música popular acabaram derivando desses formatos da rádio. É difícil apontar a origem da criação de termos como jazz, blues, e rock, mas certamente a rádio desempenhou um papel fundamental em disseminá-los.

Com a rádio, a música pode chegar a um número maior de pessoas, mas os ouvintes ainda não tinham liberdade para escutar a música que quisessem, no horário que quisessem. A invenção definitiva para a materialização da música como uma mercadoria de qualidade, disponível para o consumo de massa, foi a gravação elétrica em discos de vinil, que estabeleceu um formato de consumo que até hoje se manifesta, e mudou a forma como a sociedade se relaciona com a música por completo.

## 2.2 A música como mercadoria

Na década de 1940, enfim, a música se estabiliza como um artigo de consumo com dois formatos possíveis: *single*, disco menor contendo a gravação de uma música individual; álbum/LP (abreviação do inglês *long play*), que continha uma coletânea de músicas do artista ou banda. Esse sistema de singles e álbuns foi tão difundido que o conceito por detrás dessa lógica de lançamento se mantém até hoje, mesmo em um contexto totalmente diferente em que as mídias físicas perdem espaço, assunto que será abordado posteriormente no texto.

O estabelecimento do disco de vinil como o padrão do mercado acabou por estabelecer uma indústria de consumo completamente nova, e que rapidamente foi aderida pela sociedade, e também pelos empresários: a indústria fonográfica. Com

indústria fonográfica, estamos aqui nos referindo a toda a cadeia produtiva que faz uma gravação de música existir, do compositor, aos engenheiros de som, às gravadoras, à assessoria de imprensa, entre muitos outros, até chegar no público consumidor, isso é, os ouvintes. Nesse momento da história, o termo “indústria” é especialmente emblemático, ao denotar o funcionamento fabril dessa cadeia produtiva que, até aí, funcionava em grande parte de maneira unidirecional, com pouca comunicação entre os agentes responsáveis pelas diversas etapas operacionais, algo que pode ser associado ao modelo “fordista” de produção. Seguindo esse raciocínio, era um momento no qual o músico detinha pouquíssimo poder de decisão, tendo em vista o custo elevado e a complexidade envolvida no processo de gravação, impossibilitando uma produção independente. As gravadoras, seguindo a analogia, detentoras do meio de produção, contratavam artistas que se dispunham a se adequar a um modelo rígido previamente estabelecido no contrato.

É importante notar aqui que o início da indústria fonográfica coincide com uma época que foi um dos auge da cultura de consumo nos Estados Unidos, nas décadas de 1950 e 1960. Essa efervescente demanda e exaltação pelo consumismo possibilitou que a música passasse a participar da vida dos ouvintes de uma forma diferente do que ocorria posteriormente. Assim como em outros setores de consumo, o aumento exponencial na variedade de produtos disponíveis seduz o público, e tamanha oferta passa a progressivamente fomentar a percepção de que “você é o que você consome”, como se as suas escolhas em meio a essa vasta gama de opções fossem capazes de definir a sua personalidade. É essa lógica que faz com que a indústria segmente o público consumidor, associando diferentes artistas e gêneros musicais a diferentes nichos de mercado, de forma análoga ao que se deu com as rádios, como visto acima.

A cultura de consumo traz consigo uma série de consequências. Ouvir e colecionar discos se torna um hábito, para muitos inclusive uma compulsão. Nesse quesito, podemos mencionar o poder que as vistosas artes das capas dos LPs possuíam no processo de venda, atuando como um chamariz em inúmeras oportunidades decisivo no processo de escolha do consumidor. Fatores extra musicais passam então a integrar o processo de descoberta de novas músicas, a partir de impulsos consumistas com os

quais essa geração de colecionadores de discos inevitavelmente convivia. Afinal, tocar um disco não é a mesma coisa que ser tocado por ele.

Um caso extremamente representativo da dimensão que toma a Indústria fonográfica é o caso dos Beatles, banda inglesa com um alcance de popularidade numericamente sem precedentes, tendo seu auge na década de 1960. Aqui, pode se destacar dois fenômenos que se manifestam junto com a banda. Um deles é a cultura do fã. Nessa, o ouvinte deixa de ser apenas um consumidor de música e passa a ter uma relação de admiração intensa pelas pessoas por trás do artista, sabendo, por exemplo, detalhes sobre a vida pessoal de cada membro da banda. Nesse momento, alguns músicos de sucesso passam a ser vistos também como celebridades, personalidades públicas, causando frenesi por onde passam. Isso nos leva ao outro fenômeno, que é a transformação de bandas em marcas, cujo logotipo passa a estampar camisetas, pôsteres, xícaras, em suma, qualquer artigo de consumo que possa suprir a demanda desses ávidos fãs que passam a surgir, dispostos a colecionar qualquer produto relacionado com a banda. A indústria fonográfica passa a se misturar com outros setores de consumo, e as gravadoras também passam a lucrar com a venda desse tipo de produto.

### **2.3 A prosperidade da indústria: conflitos e novas tecnologias**

Pode se dizer que o impacto que a indústria da música tinha tido na sociedade até esse ponto era estrondoso, e tamanho sucesso nesse modelo de negócio gerou um grande lucro para os diversos setores envolvidos nessa indústria. Contudo, essa visão empresarial das gravadoras frequentemente entrava em conflito com a perspectiva artística dos músicos. Mesmo assim, esse ainda era um momento no qual o artista possuía pouquíssimo poder de barganha, já que sem a estrutura das gravadoras, era a impossível a gravação e divulgação de suas obras. Tomando como base a descrição de Bandeira (2005) da cadeia de produção musical, que seria composta por três etapas (1: criação; 2: mediação; 3: recepção e consumo), até a era digital, o papel do artista ficava circunscrito à etapa de criação. Da perspectiva do artista, esse modelo poderia ser insatisfatório, tendo em vista que as gravadoras impunham aos artistas algumas decisões que em muitos momentos, não eram compatíveis com a visão que os próprios artistas

tinham sobre suas obras. Dessa forma, alguns músicos poderiam chegar ao ponto de seguirem uma rota desvinculada de grandes gravadoras, mas essa decisão acabava por mantê-los em uma condição marginal em relação ao mercado.

As décadas de 1970 e 1980 representaram o auge da engenharia musical, justamente pela quantidade de recursos envolvidos. Equipamentos incrivelmente sofisticados, feito com os melhores materiais, foram aos poucos figurando nos estúdios de gravação, em um primeiro momento, e na casa de alguns músicos que possuíam condições de adquiri-los, num segundo. Um instrumento de grande influência foi o Minimoog, invenção de Robert Moog, que consistiu no primeiro sintetizador comercializado para o público. Esse instrumento, devido a forma como é construído, possibilita que quem o manipule tenha controle sobre o timbre do som gerado pelo instrumento, parâmetro sonoro sobre o qual não se tinha controle com instrumentos acústicos.

Novas possibilidades e texturas sonoras abriram as portas para novas experimentações musicais, e novos gêneros e subgêneros puderam advir desse processo; dentre eles, o *Jazz fusion* é um bom exemplo, pois ilustra como músicos de jazz como Herbie Hancock e Chick Corea, acostumados a instrumentos de funcionamento acústico, se adaptam a essa fase “elétrica” da música, e alteram sua forma de tocar, apoiando-se mais no “balanço” rítmico do conjunto do que em rápidas mudanças de acorde e longas frases improvisadas, que eram tão características na fase do *be-bop*. Essa é também, de certa forma, uma maneira artística desses músicos de se conectar com uma nova geração que estava aos poucos se distanciando do jazz tradicional. A incorporação de sintetizadores, baixos elétricos e pianos elétricos foi uma forma de se reconectar com esse público.

As caixas de ritmos (conhecidas nos Estados Unidos como *drum-machines*) ganham popularidade na indústria também nos anos 70. Dentre as mais influentes, pode se citar a Linn Drum, a TR-808 e a TR-909. Esses dispositivos possibilitam ao usuário a programação de ritmos, o que a princípio foi desenvolvido com o intuito de simular o som de um baterista. No entanto, o som gerado era tão robótico e artificial que utilizá-lo para substituir um baterista de forma fiel era algo inalcançável. Ao invés disso, o que se observa é a utilização dessas caixas de ritmos com uma intenção estética que abraça a

artificialidade e robotização dessa sonoridade, o que provavelmente não era o que seus criadores haviam em mente a princípio. A música disco foi o gênero musical pioneiro na utilização desse equipamento, e a influência dessa sonoridade na música popular contemporânea é evidente. Vale apontar que a partir desse momento, a cultura dos clubes noturnos de dança começa a ganhar mais força, e passa a ser um meio expressivo de consumo de música, e desse meio tão efervescente, surgiram muitos dos primeiros subgêneros da música eletrônica: House, techno, new-wave, synthpop, entre outros. O curioso aqui é a forma na qual esses nomes são difundidos. Na essência, todos esses estilos possuem o elemento rítmico robótico das *drum-machines*, mas diferem ligeiramente no quesito formal e técnico. Essas diferenças são o suficiente para se criarem apelidos na pista de dança para os diferentes estilos que cada DJ possuía, e através do boca-a-boca, esses termos se solidificaram nessa comunidade. Inúmeros subgêneros da música eletrônica são desenvolvidos da mesma forma.

Em 1981, o canal norte americano MTV (*Music Television*) foi lançado, e este dá início à popularização dos videoclipes. O momento definitivo para a consolidação desse formato foi o lançamento de clipe de “Thriller”, de Michael Jackson, lançado em 1983. Esse lançamento foi um grande acontecimento na indústria, e não é coincidência que o álbum de Thriller tenha sido o mais vendido de todos os tempos, com mais de 40 milhões de cópias vendidas. É um novo momento no qual as gravadoras investiam em novas mídias e maneiras de divulgar seus artistas, e a MTV dá sustentação para essa nova proposta audiovisual.

É impossível deixar de mencionar a invenção do sampler. Derivado do inglês “sample”, que pode ser traduzido como “amostra”, esse dispositivo permite a gravação de pequenos fragmentos de áudio, que podem vir de discos de vinil, e a manipulação dessas amostras pelo usuário. O impacto dessa tecnologia é muito grande porque a sua criação, além de possibilitar novas experimentações musicais que dariam origem a novos gêneros, deu aos artistas um contato maior com a etapa de produção musical. Sintetizadores como Fairlight CMI e o Synclavier já possuíam esse recurso, contudo, foi só com lançamento de dispositivos mais acessíveis e com maior memória interna que esse artifício se popularizou na produção musical.

A E-mu SP1200 e a Akai MPC60 foram criadas em 1987 e 1988, respectivamente, e esses samplers foram apropriados de uma maneira musicalmente revolucionária quando chegaram nas comunidades afro-americanas. Basicamente, jovens que jamais tinham tido uma formação musical propriamente dita, mas que conviviam cercados por música, seja nas igrejas, seja com membros de família que haviam sido músicos, ou ouvindo a coleção de discos dos pais, puderam testar uma musicalidade transmitida socialmente que jamais tinha sido colocada a prova. O resultado disso são os primeiros produtores de Hip-Hop, que produzem os “instrumentais”, nos quais os rappers cantavam suas letras, a partir de *samples* de músicas de outros gêneros com os quais estavam habituados, tais quais o soul, o funk e o jazz. Essa prática deu início a uma série de discussões a cerca de autoria e propriedade intelectual no campo musical, afinal está cerne do “sampling” um exercício de capturar fragmentos musicais previamente gravados, rearranjá-los e ressignificá-los. De todo modo, é a partir desse momento que podemos observar uma progressiva alteração na cadeia produtiva da música, possibilitando um acesso de pessoas que até então estavam marginalizadas da indústria, pois jamais teriam como bancar uma estrutura de estúdio sem um contrato com uma gravadora. Em outras palavras, há grande crescimento no número de artistas independentes nesse período.

#### **2.4 A digitalização da música: os ingredientes para o declínio**

Pode se considerar o início dos anos 80 como o marco inicial da digitalização da música, com a invenção do CD (do inglês *compact disc*). Esse formato propiciou um barateamento do processo de gravação e distribuição da música e, paralelamente, representou uma maior conveniência para o consumidor no que diz respeito à portabilidade.

Na década de 90, com o advento da internet e a popularização do formato MP3 de compressão acústica, consolidou-se o processo de desmaterialização da música, isso é, excluindo a necessidade de uma mídia física para a sua reprodução. Isso teve um efeito devastador na indústria musical, pois muitas pessoas deixaram de comprar discos e CDs, uma vez que a distribuição informal de música foi significativamente facilitada com o MP3 e a internet. É o início de uma era em que a pirataria se torna uma força imbatível

para a indústria, e por mais que houvesse um esforço legislativo e educativo contra essas práticas, essas eram incontroláveis. Dessa maneira, o músico e o mercado tiveram que se adaptar a essa realidade e buscar novas formas de viabilizar o seu negócio, priorizando uma agenda focada em performances ao vivo e na venda de ingressos. A venda de CDs continua acontecendo, mas ela acaba registrando um declínio a cada ano subsequente.

O computador pessoal, como conhecemos, já tinha começado a ser comercializado desde o final dos anos 70, com os primeiros modelos desenvolvidos pela Apple. Sua influência maior na produção de música, no entanto, só é vista na década de 90, com o surgimento das DAWs (do inglês *digital audio workstation*). Elas consistem basicamente em um software que traz todas as funcionalidades de um estúdio de gravação profissional para dentro do computador pessoal. Através da mediação de uma interface de áudio, que converte impulsos sonoros elétricos em informação digital, o usuário desse programa passa a poder gravar música com uso exclusivo dessas ferramentas. Tecnologias como instrumentos virtuais também funcionam dentro desse software. Com o auxílio de um teclado controlador, o usuário pode agregar o som de instrumentos que ele não tem a sua disposição fisicamente. Esse tipo de recurso reforça e acelera a tendência à democratização da produção musical iniciada pelo *sample*. A novidade nesse momento é que as DAWs têm um funcionamento muito mais próximo ao de um estúdio de gravação.

Esse processo favoreceu a proliferação de músicos independentes e de uma variedade de produções que culminou no desenvolvimento de diversos subgêneros (e até subsubgêneros) principalmente de música eletrônica, como Big Beat, Drum & Bass, Downtempo, Trance, French House, Minimal Techno, entre tantos outros. Nesse momento, a lógica que rege o processo de categorização desses gêneros começa a ser cada vez mais nebulosa e imprevisível. Se partirmos dos estudos de Frith, podemos associar esse fenômeno ao distanciamento de artistas independentes do pensamento mercadológico que as gravadoras impõem aos seus contratados. Esses músicos não precisam mais orientar suas produções através de perguntas como “que tipo de música você faz? Qual o seu público?”. No lugar disso, você tem uma produção mais livre, espontânea e inconsequente, e a tarefa de categorizar essas músicas se torna mais um

exercício do próprio público em tentar organizar esses nichos musicais do que uma tentativa pelo alcance de uma definição unânime afim de auxiliar o processo de compra. Nesse momento, a internet e as pistas de dança passam ocupar o lugar que as prateleiras das lojas de discos possuíam no processo de descoberta musical.

Nos anos 2000, o lançamento do *Ipod* dá continuidade a um processo iniciado pelos *walkmans* nos anos 80. O *Ipod* possibilitou ao usuário a criação de bibliotecas de música personalizadas que poderiam ser armazenadas em um dispositivo portátil, com o objetivo de dar acesso a essa biblioteca onde o ouvinte estivesse. Tendo em vista que o *Ipod* possui um limite de armazenamento, pode se pensar que é um momento no qual o ouvinte passa a priorizar singles e músicas individuais, já que um álbum pode conter músicas com as quais ele não se importa.

O YouTube, criado em 2005, passa a ser um meio fundamental no consumo de música. O fato de este ser gratuito mostra que o acesso à música estava sendo cada vez mais difundido. Por ser um site de conteúdo audiovisual, os videoclipes ganham nele uma importância considerável na divulgação do artista. Redes sociais como o Facebook e o Orkut, aliadas com o YouTube, propiciam um ambiente digital que gera os primeiros indícios do fenômeno “viral” que viria a definir a lógica de disseminação e consumo na era digital, e a indústria de música absorveu fortemente essa tendência. Se por um lado nessas plataformas o artista não é remunerado diretamente pela reprodução de suas músicas na internet, que são gratuitas; por outro, a exposição que uma música viralizada lhe dá passa a ser um atrativo considerável. Falando ainda sobre a cadeia produtiva da música, é importante retomar a ideia de que aquela lógica unidirecional e fabril, vigente por boa parte do século XX, não existe mais. As sociedades contemporâneas se organizam de um modo muito mais complexo com as redes eletrônicas, que trazem mudanças estruturais nas formas de produção e consumo, e isso obviamente inclui a cadeia musical. As DAWs e as redes sociais dão ao artista a possibilidade de se situar em todas as etapas da cadeia produtiva, da criação, a produção, a divulgação.

## 2.5 A era do streaming e as novas dinâmicas de consumo

Na década de 2010, pôde se observar a inserção de smartphones e internet móvel na sociedade. Sua adesão é gradual, mas chega em um ponto no qual o acesso à internet móvel se torna extremamente amplo na sociedade. Nesse momento, se vê a ascensão de tecnologias novas de armazenamento de dados, que dispensam um armazenamento local. Seja em um *notebook*, *tablet*, ou *smartphone*, não é preciso um disco rígido físico para guardar informações. Essa tecnologia é a base para que as plataformas de *streaming* ganhem popularidade. No caso do mercado de música, o Spotify pode ser considerado como a plataforma definitiva.

O Spotify é muito relevante nessa discussão, pois foi apenas a partir do sucesso dessa plataforma que o mercado fonográfico pôde voltar a crescer depois de um período de duas décadas de declínio. Houve uma grande adesão do público a esse serviço, que torna muito menos atrativa a prática da pirataria. Afinal, o grande chamariz do Spotify (e de outras plataformas de streaming) é o seu acervo “infindável”, que dispensa o *download* das faixas. Esse serviço possui um plano grátis, o qual todos tem acesso, mas é apenas com a assinatura mensal do plano *premium* que o usuário pode reproduzir as músicas na ordem que preferir, sem a interrupção de anúncios publicitários. A remuneração dos artistas e gravadoras é proporcional a quantidade de reproduções que suas músicas geram, o que é acordado a partir de um contrato de royalties com o artista. Isso para artistas mais populares gera um montante considerável. Tendo em vista a baixíssima remuneração por *play* nessas plataformas, o que se mostra atrativo para os artistas é a exposição que a plataforma pode trazer, pensando a partir da perspectiva de divulgação de sua obra para um público que se concentra cada vez mais no ambiente digital.

Esse novo cenário tem implicações na maneira como o ouvinte consome música. Anteriormente, um consumidor comum precisaria ter critérios no momento de comprar um disco, já que não gostar de suas músicas significaria ter desperdiçado dinheiro. Com o Spotify e seu plano de mensalidade, o usuário passa a consumir música com o raciocínio de que quanto mais faixas ele ouvir, melhor ele está aproveitando esse serviço. Isso, faz com que os ouvintes estejam abertos a ouvir músicas pelas quais normalmente eles não se interessariam.

O acervo “infinito” do Spotify nesse contexto tem um efeito paradoxal. Por um lado, estimula no ouvinte um desejo de experimentação e descoberta de novos gêneros, novos artistas, músicas de outros países, de outras épocas e, nessa direção, desenvolver um gosto musical mais eclético, algo que representa um valor na contemporaneidade. Por outro lado, isso pode provocar uma grande ansiedade no ouvinte a partir do momento que ele se sente perdido em meio a essa diversidade que parece não ter limites. É nesse ponto que reside a importância de uma mediação na relação entre o músico e o ouvinte. Sem dúvida, o gênero musical permanece uma das referências nesse processo, mas agora, outros elementos estão em jogo.

Certamente, um dos maiores mediadores no acesso a informação na era digital são os algoritmos. Como dizem Moschetta e Vieira:

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 (2018, p. 265 ).

Isso que estamos designando como curadoria algorítmica acaba implicando em um engessamento da experiência de descoberta musical pois restringe o contato com o inesperado, já que esses algoritmos são calculados a partir de experiências passadas. Nesse ponto, a curadoria humana ainda continua indispensável. O Spotify possui *playlists* próprias que são compiladas por especialistas contratados, e algumas dessas listas, como o Rap Caviar, possuem milhões de seguidores, e são atualizadas constantemente com novos lançamentos. A inserção de um artista desconhecido em uma dessas listas famosas pode significar uma guinada em sua carreira, tamanha exposição que elas representam.

O Spotify também promove *playlists* cujo critério de seleção não se baseia em categorias propriamente musicais, mas sim em aspectos como humor (melancólico, alto astral) ou em ocasiões de consumo (para estudar, para correr). Estaria aí em jogo um novo modo de categorização que não passa pelo gênero musical? Essa é uma das questões que será investigada ao longo desse trabalho.

Um recurso importante do Spotify é o sistema de *playlists* públicas. Qualquer usuário da plataforma pode compilar uma lista de músicas que estejam disponíveis no acervo, podendo intitular a mesma como preferir. Em muitos casos, essas listas não

passam de uma seleção pessoal que visam o seu uso próprio. No entanto, existem aqueles que criam as suas *playlists* pensando no consumo de outros usuários, e isso normalmente é percebido na maneira pela qual eles as intitulam. Normalmente, quando uma *playlist* é pautada no consumo de outros ouvintes, o seu criador insere os termos mais representativos do seu conteúdo no título. Em outras palavras, ele pensa no que outros usuários irão inserir na barra de pesquisa para encontrar uma lista como aquela.

Nesse ponto entra um processo de categorização baseado no que Adriana Amaral (2007) descreve como *social tagging*. Nesse, há uma participação colaborativa de membros de comunidades online na disseminação de *tags*, que são termos criados nessas comunidades para categorizar as músicas que eles escutam. No estudo de Amaral, ela investigou esse fenômeno na plataforma *last.fm*. O que se observa, no entanto, é que *tags* como essas acabam transcendendo essas comunidades, figurando como subcategorias de plataformas musicais como o *Bandcamp* e o *Sound Cloud*, por exemplo, que são plataformas mais voltadas a artistas independentes. Movimentos musicais “virais” como o *vaporwave* e o *lofi hip-hop* são frutos desse tipo de dinâmica classificatória, e os atores responsáveis pelo início desses movimentos são muitas vezes esses artistas menores que compartilham seu trabalho nas plataformas citadas. O *social tagging* é importante pois ele denota que um indivíduo qualquer pode assumir uma posição de influência dentro de comunidades digitais e, dessa maneira, diferentes nichos musicais vão sendo formados organicamente a partir de subculturas que nascem na internet.

### **3. ENTREVISTAS EM PROFUNDIDADE: ENTENDENDO O CONCEITO DE GÊNERO NOS DIVERSOS SETORES DA CADEIA PRODUTIVA DE MÚSICA**

#### **3.1 Retomando o cerne do trabalho**

No capítulo anterior, foram discutidas as transformações pelas quais a cadeia produtiva de música passa ao longo do século XX, até a atualidade, o que é importante para se perceber o quanto o conceito de gênero musical permeia boa parte dessa discussão. Até aqui, pode se perceber que esse ainda é um conceito que é frequentemente utilizado no meio, principalmente quando se pensa em mediação entre artistas e consumidores de música. Entretanto, muitas noções importantes dessas discussões poderiam ser deixadas de fora caso conclusões fossem extraídas diretamente de análises teóricas e históricas, como essas que já foram feitas. Algo crucial que precisa ser mencionado é que qualquer estudo que envolva fenômenos muito recentes leva consigo o risco inerente de se chegar a conclusões precipitadas. O que foi decidido na elaboração desse estudo é que para esse risco ser reduzido, seria necessária a aplicação de uma metodologia que levasse em conta uma visão mais “fresca” e atualizada de pessoas estão inseridas nessa cadeia produtiva nos dias de hoje.

Tendo isso em vista, foram realizadas entrevistas em profundidade com representantes de quatro setores diferentes da indústria musical, que são: um artista/produtor musical; uma funcionária de uma distribuidora digital de música; um crítico musical; um ouvinte engajado. Antes de entrar propriamente no conteúdo das entrevistas, é importante realizar uma breve apresentação de cada uma das fontes.

#### **3.2 Sobre os entrevistados**

O artista entrevistado foi o produtor musical Paulo Vitor Araújo Guedes, de 22 anos, mais conhecido como Paulo DK. Vindo do interior de São Paulo, ele atualmente faz parte do duo de produtores DKVPZ, junto com o seu amigo e colega Matheus. Além de seu trabalho no duo, Paulo já produziu faixas de grandes nomes da música brasileira como Baco Exú do Blues, BK, entre outros. Paulo representa um tipo de artista muito emblemático nesse contexto atual no qual a indústria musical vem se estabelecendo, tendo em vista sua atuação como produtor musical independente. A descentralização do

processo de gravação é uma das grandes características desse novo cenário da indústria musical, que se inicia com o advento das DAWs, e vai se intensificando conforme a internet e as redes sociais ganham maior difusão na sociedade. Paulo é um dos muitos exemplos de produtores que alcançam relevância nessa indústria mesmo sem estar associado a uma gravadora, e consegue ter um impacto em nichos que são menores, mas que são muito valorizados por outros ouvintes e produtores.

André Felipe de Medeiros, de 35 anos, foi o crítico musical entrevistado para essa monografia. André fez graduação em rádio e TV, e pós em cultura e arte. Já trabalhou com jornalismo cultural, redação de portais, e atualmente ele atua principalmente com crítica musical. Ele escreve resenhas sobre diversos lançamentos hoje pelo portal Monkeybuzz, que existe desde 2012 e conta com uma programação de conteúdo bem extensa. Para André, o papel do crítico musical não consiste na mera avaliação numérica de um lançamento, e sim na mediação entre o ouvinte e a obra, no sentido de ampliar suas camadas de percepção e também desvendar o que essa obra revela com relação as teias com compõe o nosso tecido cultural. É muito importante compreender a perspectiva de um crítico nessa cadeia produtiva, porque estes são capazes de alterar a maneira que uma parcela do público absorve os lançamentos da indústria.

Também entrevistamos Letícia Santos Martins, de 23 anos, estudante de Relações Públicas da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, e recém efetivada no time de marketing da empresa One RPM, que é uma distribuidora digital de música que atua como ponte entre o artista e as diversas plataformas digitais de streaming, como Spotify, Apple Music, Deezer, Tidal, entre outras. Os seus clientes são os próprios artistas, sendo que a mera distribuição dessas músicas nas plataformas pode ser realizada de forma gratuita. No entanto, grande parte de seus serviços consistem em um atendimento aos artistas mais dedicado, que eles chamam de *premium*, que envolve desde assessoria de imprensa, a um plano de desenvolvimento do artista. A One RPM também produz alguns conteúdos próprios como, *playlists*, *lives*, entrevistas e *showcases*. Uma fonte como Letícia é crucial para compreender essa dinâmica digital na qual a indústria vem se articulando, e tanto a sua visão de mercado como sua opinião sobre algumas das discussões que estamos analisando nesse trabalho serão examinadas.

Os ouvintes entrevistados foram Beatriz Fernanda Neves, estudante de Rádio e TV, de 24 anos, e João Pedro Falsztyn de Sampaio Vianna, trabalhador autônomo no campo de audiovisual, de 24 anos. O motivo de se entrevistar mais de um ouvinte foi o tentar compreender diferentes perfis de ouvintes: um representa o ouvinte mais casual que faz um uso mais representativo de plataformas de *streaming*; outro representa um ouvinte mais ativo que está sempre pesquisando por novas músicas, que não se restringe às plataformas no seu processo de descoberta.

A seguir, se discutirá alguns dos tópicos chave que foram abordados por todos os entrevistados, para que possamos analisar de que forma esses diferentes setores enxergam esses mesmos temas, e assim, tentar extrair algum tipo de panorama sobre o conceito de gênero na indústria musical nos dias de hoje.

### **3.3 A formação do gosto musical e a relação com a música**

Em três das quatro entrevistas realizadas, uma das primeiras perguntas feitas foi a seguinte: “Como foi o processo de formação do seu gosto musical? Conte-nos um pouco sobre suas primeiras memórias e referências”. Essa questão é importante porque, quando pensamos em gosto musical, em muitas das vezes também associamos a questão de gênero. No senso comum, o gosto musical é às vezes percebido como a “soma dos gêneros musicais” que a pessoa escuta. Nesse sentido, essa pergunta visa identificar se essa associação entre gênero e gosto musical apareceria nas respostas espontaneamente. Nessa pergunta, o interesse maior não estava no gosto musical do entrevistado, em si. Mas sim em saber se o seu processo de formação de gosto, em alguma medida passava pelo conceito de gênero.

Um padrão que se notou tanto com Paulo, como com André, João e Beatriz, foi que quando abordados com relação a suas primeiras memórias musicais, todos mencionaram a influência de seus familiares nesse processo. Vejamos a seguir a perspectiva de cada um.

Acho que a minha experiência tem paralelos com a experiência de muita gente que se encontra na posição que eu estou: eu vim de um lar musical. Sempre havia rádio tocando. Quando eu era criança, muitos dos meus brinquedos eram discos. Discos da Xuxa, de Sandy & Júnior... Era o que eu gastava tempo como entretenimento. (André)

Quando eu tinha provavelmente uns 7 ou 8 anos de idade, foi um momento da minha vida que eu explorei mais isso (música) devido a influência que eu tive dos meus pais. Foi quando meu pai comprou um carro, ele tinha um som, e a gente tinha os CDs. Foi aí que minha mente abriu. Comecei a conhecer muita coisa. (Paulo)

Meus pais sempre ouviram muita música em casa, a gente sempre teve muito o costume de almoçar ouvindo música, receber visita em casa ouvindo música... Nas viagens sempre foi uma parada que protagonizou bastante: sempre tinha o CD da viagem, que era aquele CD que ficava a viagem inteira tocando". (João)

"Minha mãe tem um repertório muito grande de bossa-nova, e meu padrasto conhece muito sobre rock internacional, tipo Beatles, Rolling Stones, The Doors. Eu não tinha muito costume de ouvir música com o meu pai, mas ele me apresentava uns sambas, que ele sempre gostou, os amigos dele eram músicos e tal.... (Beatriz)

Aqui, por se tratarem de memórias muito remotas, a questão de gênero ainda não aparece tão clara na cabeça dos entrevistados, com exceção de Beatriz, pois essa não era essa a questão na época. O ponto em questão é o como a música foi introduzida em suas vidas. É fundamental o lugar da família como uma porta de entrada para esse universo. Contudo, o que se nota com o decorrer das respostas, é que cada um estabelece uma relação própria com a música, isso é, se apropriam dela de maneiras diferentes.

No caso de João, a questão tecnológica teve um peso no seu processo de descoberta musical muito grande. Ele conta:

A partir do momento que eu comecei a gostar dessas coisas (músicas que os pais tocavam nas viagens), eu também fui muito influenciado pelo meu pai por também tentar entender umas questões técnicas. Então eu comecei a aprender a mexer no som de casa, e aí eu comecei a explorar todos os CDs que tinham. Fui encontrando outros gêneros musicais, e aí posso dizer que comecei a progredir em relação a gênero musical. No meio da coleção tinha um disco de axé, um disco de hip-hop, tinha de música latina, e aí isso foi criando essa miscelânea.

Para Paulo, houve desde cedo uma identificação com um gênero musical específico: "Sempre gostei de Rap. Existe uma *label* (selo) aqui na região chamada Espaço Rap, pela 105 FM, que é uma rádio famosa. Na revistinha da Avon, tinha como comprar o CD do Espaço Rap". Beatriz também menciona a rádio como uma grande influência sua, assim como a MTV: "Quando eu fui crescendo, a rádio começou a entrar no repertório, MTV também, essas coisas mais comerciais, mais pop".

Já André possuía desde cedo uma relação com a música que transcendia a mera sonoridade e sua preferência pessoal.

Quando comecei a crescer, com 12 ou 13 anos, música já era uma enorme parte da minha vida. Eu ganhei da minha avó de aniversário uma edição da revista Showbizz. Eu podia escolher, e escolhi isso (risos). Eu sempre fui muito *nerdzinho* de música, ainda mais com 12, 13 anos. Eu sabia o nome de todas as bandas... Era bem mídia off-line, não tinha internet em casa na época. Eu sabia o nome das bandas, mas nunca tinha ouvido os discos. Sabia o nome do disco, de uma música, mas nunca tinha ouvido. Eu sempre tive um olhar muito horizontal para música. Sempre curti coisas muito diferentes. Curtia um rockzão, um eletronicozão, um popzão... O que chegava até mim eu avaliava a partir do meu gosto. Eu sempre me coloquei, nessa fase de vida, como o termômetro das coisas, se eu curtia ou não. Então era muito independente até de outras influências externas, seja o que está fazendo sucesso, ou um amigo. Eu nunca fui de uma tribo ou algo do tipo. Sempre fui muito fluído nisso.

Importante destacar que a partir desse ponto, a questão de gênero musical já se mostra presente nas respostas dos três, mas isso não significa que ela possua o mesmo grau de centralidade para os três entrevistados no que tange os seus gostos musicais. Para além da questão de gênero, há uma circunstância muito importante que aparece nas três respostas, que é uma questão de mídia. João estabelece uma relação muito grande com a coleção de CDs de seus pais, Paulo com a rádio (através da estação 105 FM), Beatriz tanto com a rádio como com a MTV, e André com revistas de música, como a Showbizz, que ele menciona.

De uma certa maneira, nessas primeiras experiências, as mídias que cada um utiliza impactaram diretamente a relação que cada um construiria com a música. A curiosidade tecnológica de João o estimulou a operar o sistema de som de sua casa, e nesse processo, ele explorou o acervo de CDs dos pais, e por ele não possuir total controle sobre o tipo de música que estaria ali, ele desenvolveu uma grande abertura para diferentes tipos de música, ou como o próprio diz: “Acredito que sempre me permitiu ouvir muita coisa”.

No caso de André, é instigante perceber que sua relação com música tem desde muito cedo uma questão cultural e informativa por trás, e isso tem muito a ver com o fato de ele não ter se orientado apenas pela sonoridade das músicas. Sua conexão com revistas de música o fazem desenvolver um apreço para o universo musical para além das gravações. Isso envolve informações sobre os membros das bandas, histórias sobre as gravações dos discos, curiosidades, etc. Por mais que André conte que ele também estudou instrumentos, ele tinha claro em sua cabeça que gostaria de trabalhar

escrevendo sobre cultura, então de certo modo, a forma pela qual ele a consome música parte sempre desta perspectiva.

Quanto a Paulo, pode-se dizer que a rádio foi primordial para colocá-lo em contato com o conceito de gênero de uma maneira frontal. O programa Espaço Rap da 105 FM, afinal, carrega em seu título o gênero musical das músicas reproduzidas ali. Frith explora em seu trabalho a ideia de que as rádios se utilizam da ideia de gênero musical como uma ponte para atingir diferentes nichos de mercado. Isso pode até se valer para o Espaço Rap, contudo, vale apontar que o mesmo programa é muitíssimo citado por diversos artistas, produtores e rappers brasileiros como uma grande influência na sua formação musical. Ou seja, mais do que uma mera programação na rádio, o Espaço Rap atingiu uma relevância e representatividade cultural muito significativa para esse público, afinal, era o único programa em toda rádio que tinha o Rap como protagonista.

A formação do gosto musical, como vimos aqui, se inicia nessas primeiras experiências afetivas que têm um grande impacto. Contudo, esse é um processo contínuo na vida do indivíduo, sujeito a muitas transformações, que podem partir de circunstâncias sociais, inovações tecnológicas, e também de um processo de descoberta musical de cada pessoa, que em alguns casos culminam em experimentações inesperadas se comparadas com a suas primeiras referências estéticas. Se usarmos o exemplo de Paulo, percebe-se o que ele sempre gravitou em torno do que ele mesmo denominou como “música de negrão”, mais especificamente jazz, soul e blues. Mas apesar disso, a motivação inicial dele para começar a produzir e discotecar veio de uma outra fonte de inspiração.

Em meados de 2013, 2012, eu estava querendo estar inserido nessa cultura de EDM, música eletrônica mesmo. Eu gostava muito dos festivais, shows grandes... Eu olhava as *lives*, e ficava tipo: “[...] eu ainda vou estar lá tocando a minha música, para esse mundaréu de gente”. Nesse começo eu ainda estava descobrindo como eu poderia fazer música, e como eu poderia chegar na sonoridade que aqueles caras estavam chegando.

Nesse sentido, pode-se introduzir a discussão que envolve os conceitos de nicho e gênero musical, que em muitos casos não coincidem. Paulo fala com bastante ênfase a sua atração pelo ambiente no qual esse tipo de música eletrônica ocorria, se sentindo atraído pelo tamanho dos festivais e do público lá inserido. A questão do nicho, nesse sentido, traz consigo uma questão de segmentação do mercado. De uma certa maneira,

de forma consciente ou não, Paulo aqui parece estar mais atraído pelo público presente nesses festivais, e a sonoridade dessas músicas aparece em sua mente como um meio que o possibilitaria atingir esse nicho. Essa discussão ainda será mais aprofundada ao longo dessa análise.

### **3.4 O processo de descoberta musical**

A internet hoje se tornou uma ferramenta central para qualquer tipo de pesquisa realizada, e isso não é diferente quando se fala de música. Nas respostas analisadas anteriormente, os entrevistados mostraram muito a interação que estabeleciam com outras mídias, como CDs, rádio, discos de vinil e revistas, muito por estarmos falando sobre primeiras memórias. Hoje em dia, entretanto, por mais que todas essas mídias ainda existam e sejam utilizadas, a internet expandiu e tornou mais acessíveis as possibilidades de pesquisa, de uma forma que antes seria impraticável. Quando perguntados sobre seus processos de descoberta musical atualmente, os entrevistados confirmam essa tendência. Tendo isto em vista, o que fica como objetivo é extrair de suas respostas os critérios que norteiam suas pesquisas dentro desse ambiente virtual.

João relata o que se tornou uma realidade para a maioria dos ouvintes com a difusão da internet como meio de comunicação na sociedade.

Por muito tempo, eu fui muito adepto à pirataria, e uma das coisas que eu realmente fazia para encontrar sons novos era me jogar nos blogs, e começar a baixar as músicas pelas capas. Várias vezes eu via algumas capas e pensava: que capa louca, vou baixar.

A resposta de João traz o tema da pirataria. Se pela perspectiva da indústria vimos que essa prática foi devastadora, o mesmo não se aplica a perspectiva do ouvinte. A internet e à pirataria inegavelmente democratizaram o acesso à música para os ouvintes, e por mais que seja um crime, a facilidade na sua realização e dificuldade de fiscalização por parte das autoridades fez com que essa prática tenha sido naturalizada e assimilada em diversos ciclos sociais.

João menciona também o quanto blogs de música o auxiliavam em sua pesquisa, e aborda um critério que é muito recorrente para muitas pessoas. A capa dos discos. Na época dos discos de vinil, como já havíamos mencionado, o encarte dos discos já seduzia

os consumidores, e é curioso pensar que isso se mantém atrativo em um outro contexto midiático.

Beatriz traz compartilha que seu ciclo de amizades é uma constante fonte de descoberta musical para ela. Ela conheceu diversas músicas e artistas de hip-hop e R&B nos momentos em que seus amigos colocavam essas músicas para tocar quando se encontravam.

Tanto Beatriz, como João e Paulo dizem utilizar o Spotify em suas pesquisas hoje em dia. Com relação a essas plataformas, e nesse caso pode se mencionar o Youtube também, não pode se deixar de mencionar a questão dos algoritmos de recomendações de artistas relacionado. Perguntados sobre a sua eficácia, Paulo e João possuem as seguintes posições.

“Eu gosto muito de pegar uma referência que eu gosto, como The Isley Brothers, e ir pesquisando pelos artistas relacionados. [...] O algoritmo do Spotify me ajuda sim. Acredito que o que vai te ajudar ou prejudicar depende muito do jeito que você está pesquisando. No meu caso ajuda muito. Tem casos e casos. Uma vez eu estava escutando uma faixa X, e o algoritmo me levou para um artista que só gostaria de ter *views*, não tinha nada a ver com as minhas pesquisas” (Paulo)

“O algoritmo funciona até a página 2. No Youtube eu só consigo achar coisas interessantes pelas recomendações na base da persistência. Tenho que passar muito tempo ouvindo artistas e gêneros parecidos para me recomendarem. Mas a maior parte do tempo as sugestões do Youtube são bem péssima, até porque acaba sendo uma plataforma que você não consome só música, e aí acredito que isso acabe confundindo o algoritmo. Em compensação, o Spotify acaba tendo mais eficácia. Em termos de gênero e cena musical, eu acho que ele acaba sendo mais assertivo. Quando eu uso o recurso da rádio do Spotify, realmente surgem sugestões interessantes que se assemelham a música que eu estava ouvindo inicialmente. Não é sempre que dá certo, mas funciona melhor que o Youtube pra mim. (João)

Diferentes áreas da cadeia produtiva de música lidam com o processo de pesquisa de formas distintas. Para Paulo, como um produtor musical, e para além disso, um produtor que faz uso do *sample* como um recurso primordial de suas composições, a pesquisa musical se torna parte vital do seu processo criativo. Nesse sentido, a descoberta tem para ele tanto um viés focado na expansão de suas referências, como o de um criador que pode reutilizar fragmentos das músicas encontradas. Não necessariamente uma descoberta satisfaz simultaneamente suas necessidades de ouvinte e de criador.

Quanto aos critérios de pesquisa de Paulo, estes podem estar pautados na ideia de gênero na medida em que ele está sempre pesquisando artistas que de algum modo gravitam no universo do jazz, do soul, do blues, da música afro-americana em geral, que é algo que acaba reforçando suas predileções estéticas. Contudo, em muitos momentos, apenas o gênero não é o suficiente para realizar descobertas interessantes. Quando está buscando algo novo e diferente, ele utiliza fóruns na internet de colecionadores de vinil que compartilham os arquivos de áudio de seus discos em alta qualidade, sendo assim apropriados para serem utilizados como *samples*. Na cultura hip-hop, esses colecionadores são popularmente denominados como *crate diggers*, algo que em português poderia ser traduzido como “escavadores de caixas”. *Crate diggers* são essencialmente pesquisadores insaciáveis de música que tradicionalmente realizam suas pesquisas em lojas de discos de vinil e sebos, e a expressão *crate digging* surge do fato de estes passarem horas buscando por raridades no acervo destes estabelecimentos. É interessante refletir sobre a função que esses pesquisadores desempenham na cadeia produtiva de música hoje, porque sem eles, muitos artistas que hoje são reverenciados nessas comunidades online nunca seriam descobertos. Nesse sentido, eles atuam como pontes entre as mídias off-line, como discos de vinil e CDs, e a mídia online.

Voltando ao processo de Paulo, esse relata que há um fator de surpresa que para ele é benéfico em suas pesquisas. Em muitos momentos, ele acaba encontrando artistas que nunca havia ouvido falar antes, e nesse sentido a questão de gênero musical pode não ser tão claramente definida. É aí que ele se abre para a aleatoriedade. Como ele próprio diz: “Acredito que é possível *samplear* qualquer coisa”. Outros critérios que ele menciona na sua pesquisa é a pesquisa pelo nome dos instrumentistas que tocaram nos discos, informação essa que costuma ser disponibilizada no encarte dos discos. Esse caminho o agrada bastante, pois o acaba levando a encontrar outras bandas e discos que são menos conhecidos, o que é muito valorizado por produtores na cultura hip-hop.

André possui um processo distinto, e ele conta o quanto o meio comunicacional ao qual está inserido é importante em sua pesquisa.

Todo escritor é leitor. Eu também estou em contato com o que as outras pessoas estão falando e produzindo em matéria de comunicação. Então eu tenho a minha rede de informação. Eu tenho os lugares que eu leio, os lugares que eu vou atrás, do pessoal que eu curto, e nós trocamos informação. Muitas pessoas que eu leio me leem. A gente se encontra em show, e evento, e troca figurinha sempre.

É preciso dizer que esse tipo de postura ativa de pesquisa musical que encontramos nos relatos dos entrevistados não é a regra para o público geral. O perfil das fontes acaba por filtrar indiretamente pessoas que apresentam esse cuidado, e isso tem muito a ver com a relação que esses estabelecem com a música desde cedo em suas vidas, cada um a sua maneira. No próximo tópico, veremos de que forma a dinâmica da indústria musical vem se configurando nas plataformas digitais, o impacto que essas possuem no consumo de música, e a forma como artistas de grandes gravadoras e artistas independentes se posicionam nesse contexto.

### **3.5 As plataformas de streaming e o novo modelo de negócio da indústria musical**

Quando se fala em *streaming* de música, o Spotify é a primeira empresa que vem à mente, e é a que conta com a maior parcela de adesão do público. Contudo, isso não quer dizer que ela não tenha concorrência. A One RPM é uma empresa que trabalha em constante contato com as maiores plataformas de *streaming* da atualidade, como Apple Music, Tidal e Deezer, então Letícia é uma fonte que comprehende não só do funcionamento do Spotify, mas sim da dinâmica de funcionamento de grande parte desse ambiente digital na qual a indústria se instaura.

Letícia começa explicando como a One RPM se subdivide dentro da empresa.

Dentro da área de marketing da One RPM, a gente se divide em *clusters*, que são times que vão cuidar de estilos musicais específicos. A gente tem o pessoal do sertanejo, tem o urbano, que cuida trap, rap e reggae. Tem o regional, que cuida de ritmos brasileiros como pagode, samba, forró e brega. Tem o do funk, que envolve funk e brega-funk. Tem o de gospel, que é um estilo mais específico, e temos por fim o de MPB, Pop, e Rock.

Essa subdivisão da One RPM por *clusters* é uma forma de organização que é extremamente análoga a maneira na qual as grandes gravadoras se articulam. O gênero musical aparece aqui como um conceito central e norteador para a empresa desenvolver seus diversos campos de ação. Esses diferentes estilos musicais são vistos pelas empresas como diferentes nichos de mercado. Diferentes públicos possuem diferentes comportamentos, então nesse sentido, a empresa desenvolve diferentes abordagens em cada um dos *clusters*. Como vimos com Frith, tanto as rádios como os *Grammies* também

se articulam dessa forma, pois ela é a manifestação da maneira que a indústria musical enxerga o mercado. Nesse sentido, observamos agrupações que não são feitas a partir de critérios musicológicos e estéticos, como é o caso do *cluster* urbano, que agrupa o Trap e o Reggae em uma mesma categoria. Perguntada sobre o pensamento por trás desse tipo de agrupamento, Letícia aborda que isso ocorre em parte por uma questão de proximidade de públicos dos diferentes gêneros, e em parte pela quantidade de artistas e lançamentos que cada gênero demanda. Mais lançamentos implicam em mais atenção que a empresa deve ter, o que também significa um número maior de funcionários. Nesse sentido, gêneros com um números de lançamentos menores, como MPB e Rock, são agrupados em um mesmo *cluster*.

Falando mais sobre o funcionamento da One RPM, Letícia também explora o perfil dos artistas que recebem o tratamento mais especializado da empresa. No geral, a grande maioria são artistas que fazem parte de selos menores.

Cada cluster nosso atende mais ou menos 80 clientes, então é um número bem alto. As grandes gravadoras como a Universal, a Sony, a Somlivre e a Warner trabalham com poucos artistas, e fazem um investimento neles tanto de tempo como de dinheiro muito grande. Como nós trabalhamos com um grande número de artistas, esse atendimento ao cliente é um pouco mais restrito. Quase todos os artistas que atendemos fazem parte do que chamamos de selos, que são empresas que atendem diversos artistas, que são os responsáveis por esse marketing 360 do artista: mídia social, venda de shows, assessoria... E aí a gente entra realizando a distribuição, e vai fazer esses artistas vingarem no digital.

Esses selos menores, por não contarem com os recursos de grandes gravadoras, trabalham em conjunto com a One RPM para potencializar e monitorar o desempenho digital do artista. Nesse sentido, o atendimento da One RPM é realmente bem direcionado ao ambiente digital, e não a outras áreas. As gravadoras, por realizarem um trabalho mais completo com os seus contratados, na visão dela, são mais “donos” do artista.

Perguntada sobre a presença de artistas independentes dentre os clientes da distribuidora, Letícia esclarece que esse tipo de caso é muito raro, e ela acredita ser muito difícil um artista completamente sozinho chegar em um patamar alto o suficiente para receber o atendimento *premium* da empresa. Aqui, fica implícito que com “alto patamar”, a empresa esteja se referindo ao potencial mercadológico do artista, que se baseia no número de acessos que ele possui em suas músicas. Afinal, a One RPM é remunerada com uma porcentagem dos royalties que os seus clientes recebem nessas plataformas.

Nesse sentido, percebemos então que a sonoridade e estética das músicas não são um fator de grande consideração na empresa.

Letícia aborda em seguida um ponto de grande relevância para este trabalho, que é o das *playlists* editoriais dessas plataformas.

As plataformas possuem *playlists* editoriais. No caso do Spotify, você tem, por exemplo: Novidades da Semana, Funk Hits, Esquenta Sertanejo, Trapzera, que são *playlists* grandes. A Esquenta Sertanejo tem 5 milhões de seguidores, então são *playlists* com um alto volume de seguidores. As pessoas escutam isso, e é uma ótima exposição. Se a sua música entrar em uma *playlist* dessa, o número de *streams* que você vai ter é muito alto.

Como podemos perceber, essas grandes *playlists* editoriais que ela mencionou, com exceção da “Novidades da Semana”, estão todas diretamente pautadas no conceito de gênero musical. Funk, Sertanejo e Trap são os gêneros musicais que atualmente vem gerando maior número de acessos no ambiente digital no contexto brasileiro, e cada país conta com suas próprias particularidades nesse quesito. Mas a noção importante que isso denota é que, na cabeça de boa parte dos ouvintes, a noção de gênero ainda é muito norteadora, e grande parte do público realiza seu consumo se baseando nessa lógica. A One RPM, então, tem como objetivo convencer essas plataformas de que seus clientes têm números altos o suficiente para figurarem nessas *playlists*, cada qual no seu respectivo “gênero”.

Nesse tópico da monografia, foi explorada a perspectiva das distribuidoras sobre o mercado atual, e sua visão de indústria fica mais evidente. No próximo tópico, as plataformas de *streaming* serão analisadas a partir da perspectiva do ouvinte, e do uso que estes fazem de suas ferramentas.

### **3.6 Como o streaming é incorporado pelos ouvintes**

Dentre os ouvintes, assim como em qualquer segmento do mercado, você encontra diversos perfis diferentes de consumidores. Pode se dizer que Beatriz e João não estabelecem o mesmo tipo de relação com a música. O mesmo vale para André e Paulo, pensando nestes quando estão em uma condição de ouvinte.

Para Beatriz, o Spotify é um recurso que facilita muito o seu consumo de música. Ela relata que antes do streaming, ela passou um período sem o hábito de ouvir música, devido a um incidente com a sua biblioteca do Itunes, que um certo dia se perdeu devido

um problema técnico com o seu computador. A falta de conveniência do processo de baixar todas suas músicas pela segunda vez a afastou desse consumo por um tempo, mas quando o Spotify foi lançado, isso mudou. Ela acredita que a frequência na qual ela escuta música hoje aumentou significativamente, tendo em vista a praticidade de se encontrar as músicas que ela procura.

Assim como Beatriz, João reconhece a praticidade do Spotify, e admite que hoje boa parte do tempo em que escuta música é por lá, mas sua perspectiva como ouvinte é um pouco mais crítica à plataforma em alguns aspectos. Ele explica que o Spotify não alterou a frequência na qual ele ouve música.

Como música sempre esteve muito presente na minha vida, uma das primeiras coisas que eu me lembro de comprar com a minha mesada foi um MP3, com uns 10, 11 anos de idade. A partir daí, eu nunca deixei de ter um dispositivo portátil para ouvir música. Até quando eu era menor ainda, eu tinha um *discman* que usava bastante, até andando de bicicleta. Eram outros tempos, é engraçado pensar nisso. Aí chega nessa época de pirataria que eu sempre tinha um ipod comigo... Então, resumindo, o Spotify não me faz ouvir mais música, eu escuto com a mesma frequência.

Quando abordados sobre a questão das *playlists* editoriais do Spotify, João e Beatriz relatam experiências um pouco diferentes, o que evidencia a diferença nos seus perfis.

Eu não utilizo muito as *playlists* das plataformas, eu acabo usando mais as *playlists* dos meus amigos. Acredito que até acaba sendo uma etapa da pesquisa. Mas poucas *playlists* que eu escuto são baseadas em gênero. A maioria são ou baseadas em movimentos culturais, ou listas relacionadas ao consumo mesmo, por exemplo "músicas para almoçar no domingo. (João)

Eu uso o recurso das *playlists* sim. Sigo as *playlists* de alguns amigos, e do próprio Spotify também. Às vezes, eu fico com vontade de ouvir um gênero musical em específico. Outro dia eu estava afim de ouvir disco, mas eu não conheço muito sobre, então eu fui em uma *playlist* do Spotify de disco. Quando você pesquisa por gênero no Spotify, ele te dá umas informações sobre, o que eu acho muito legal, aprender mais sobre algo que você não tem tanta referência. (Beatriz)

Por mais que ambos acabem utilizando *playlists* de amigos, tanto como uma forma de interação social quanto de pesquisa, João não costuma se deixar influenciar menos pelas listas criadas pelo Spotify. Já Beatriz relata que consegue extrair coisas positivas desse tipo de conteúdo. Além das *playlists* editoriais, Beatriz também usa a possibilidade de criar as suas próprias listas.

Eu uso poucas playlists que eu mesmo crio. Mas eu tenho duas. Uma que chama “Raggafunknejo”, com bastante funk e sertanejo, e outra que chama “Só as latinas sabem” de Reggaeton. Para mim, essas são músicas de festa, eu escuto elas quando quero dar uma animada. Inclusive, quando eu estou em casa sozinha, eu não escuto esse tipo de música com a mesma empolgação. Não é isso que eu estou afim de ouvir.

Até aqui, pode-se perceber que hoje existe, para alguns ouvintes, uma forte associação entre certos gêneros musicais e ocasiões de consumo. Ela se aprofunda mais sobre isso quando fala sobre o chamado *lofi hip-hop*: “Quando eu estou estudando, as vezes eu busco algo mais instrumental, tipo um *lofi* no YouTube, então eu acho que faz bastante diferença o gênero dependendo do estado que a gente está”.

Em relação a esse fenômeno, é interessante mencionar que é esse tipo de percepção que geram formas alternativas de se categorizar música nos dias de hoje, que não passam exclusivamente pela ideia de gênero. Como já mencionado no trabalho anteriormente, existem playlists que apresentam em seu título situações de consumo, tais como: “para estudar”; “para dormir”; “para treinar”. Beatriz e João mostram que acreditam na utilidade desse tipo de *playlist*. No entanto, Letícia argumenta que, na sua visão, esse tipo de consumo não é tão levado em conta na indústria ainda, mas que é algo relevante no processo de descoberta de novos artistas.

Talvez eu tenha uma visão que seja apenas a visão da One RPM, mas eu ando lendo bastante sobre as gravadoras, acompanhando bastante o trabalho delas, assistindo *lives* de outras distribuidoras, e uma impressão que eu tenho logo de cara é a de que essas *playlists* de *moods* não são muito valorizadas. Isso porque elas possuem um número menor de seguidores. Mas acredito que elas são extremamente importantes, porque como elas são músicas que ficam mais de fundo, e nesse momento a pessoa está mais aberta, então é esse momento que vai ser o momento real de descoberta.

Quanto a isso, André também pensa que esse tipo de consumo e processo de descoberta, hoje, é a exceção, não a regra.

Vai existir um cenário perfeito, que eu acho utópico, que é o de um ouvinte que é passivo, e diz: “agora eu vou cozinhar, então eu vou ouvir uma *playlist* para cozinhar”. E aí ele vai nessa *playlist*, lá ele conhece uma banda, que o leva a outra banda, que o leva a outra banda, e aí ele percebe que ele gosta de *chillwave*. Eu acho que isso é quase utópico, Não consigo imaginar esse processo acontecendo massivamente.

Ainda sobre esse mesmo assunto, Paulo pensa que, por mais que ele goste dessa nova cultura de *playlists*, ele acredita que algumas ressaltas precisam ser feitas.

A função da *playlist* é justamente você passar a visão para o para uma outra pessoa. Então, por exemplo, quando você tem uma música para correr, é porque as músicas são mais aceleradas e tal. Mas volto a dizer: no momento que você coloca uma música em uma *playlist*, e você diz que aquela *playlist* é para estudar, você está restringindo muito o sentimento que a música quis passar. Porque é uma terapia, e a interpretação pessoal é que causa a mágica. Eu até gosto dessa ideia de se ter uma *playlist* para cada coisa, mas ao mesmo tempo, eu sou um cara muito aleatório. Eu só tenho uma *playlist* no Spotify, em que a graça justamente é que ela só funciona no modo aleatório. Eu coloco tudo que eu gosto dentro dela, então vai ter como você correr ouvindo as músicas, vai ter como você estudar... Depende mais da sua interpretação pessoal.

É muito interessante perceber o como as fontes entrevistadas possuem visões distintas sobre os mesmos assuntos, e que isso acontece muito em decorrência das diferentes maneiras possíveis de se relacionar com a música: de um lado como entretenimento, de outro como produção cultural. Nesse sentido, a entrevista de André nos ajuda a pensar na posição de um ouvinte que digere música com outros ouvidos. Perguntado se ele consegue separar o seu lado ouvinte de seu lado crítico musical, André faz o seguinte apontamento.

Na minha primeira aula de cinema, o meu professor nos disse que nós nunca assistiríamos filmes com os mesmos olhos, o que poderia ser uma benção, ou uma maldição. Eu levo mais para o lado da benção. Acredito que o que rola comigo com música é algo parecido. Por um lado, eu sei que eu aproveito mais música do que os meus amigos. A gente pode estar no mesmo show, mas eu sei que a minha cabeça está muito mais ativa naquele momento. Eu acabo aproveitando mais aquilo. Por outro lado, quando chega sábado, eu não quero ouvir música nova. As músicas novas para mim ainda são muito frescas, com cara de trabalho. Eu pego para ouvir um disco de 1998 no sábado, de quando eu era moleque. Mas de forma geral: não. É indissociável o ouvinte do crítico.

A visão de André é relevante para entender que, se quisermos compreender mais sobre gêneros musicais, é importante se ter claro que a maneira na qual a música é absorvida na sociedade é plural. Artistas podem possuir intenções diferentes em seus lançamentos, e ouvintes podem estabelecer relações igualmente distintas com a música. A seguir, a perspectiva de Paulo como artista independente em meio todo a esse cenário será mais elaborada.

### 3.7 Artistas independentes, comunidades online e a proliferação de nichos musicais

Como vimos, houve um tempo em que músicos e artistas não tinham outras alternativas para lançar e divulgar os seus trabalhos que não incluíssem o envolvimento dos mesmos com gravadoras que os colocassem em uma condição de subordinação, em contratos que estabeleciam aos artistas uma série de restrições criativas. Mas esse tempo não existe mais. É fato que a carreira de um artista independente é dificultada pela falta do suporte financeiro que uma gravadora proporciona. Contudo, existem artistas que prezam, acima de garantias financeiras, uma liberdade estética e artística.

Paulo é um exemplo simbólico de como a produção musical pode ser feita de forma totalmente independente hoje. Basta você possuir um computador, um software de produção instalado, e pesquisar sobre o funcionamento da ferramenta, para começar a experimentar e criar suas primeiras faixas.

Foi mais ou menos em 2013 que eu estava descobrindo como eu poderia fazer música e como poderia chegar numa sonoridade que aqueles caras do EDM estavam chegando. Foi aí que eu comecei a fazer minhas pesquisas e encontrei a ferramenta do *Fruity Loops* (software de produção musical). Essa foi a DAW que mais me agradou, a que me senti mais confortável para trabalhar. [...] Era muito precário, porque era pouca tecnologia, o que eu tinha era um *Netbook*. Mas o que eu tinha mais ainda era criatividade e desejo de fazer a parada.

Além de produzir, uma etapa importante desse processo é a divulgação de suas produções. Ao falar sobre seu processo de pesquisa, João menciona algumas plataformas digitais de música independente como o SoundCloud e o Bandcamp.

Há um lado meu mais focado para a música independente que eu nunca abandonei, que é usar o SoundCloud e o Bandcamp bastante, porque são coisas que realmente não tem nos *streamings*. São plataformas muito mais centradas à música independente.

As duas plataformas citadas acima possuem uma relevância para que artistas independentes divulguem seus trabalhos. A trajetória do DKVPZ (dupla de produtores que Paulo forma com Matheus) é bem representativa do funcionamento que ocorre nesse ambiente digital. Paulo relata um pouco sobre a importância que o SoundCloud teve para todo um grupo produtores e artistas independentes.

No começo, o SoundCloud veio como uma válvula de escape para a gente (DKVPZ) lançar nossas faixas. Eu e o Matheus (seu parceiro no duo) viemos de Hortolândia, no interior de São Paulo, e a gente não tinha nenhum tipo de noção, nem conhecimento do surgimento das distribuidoras digitais, nem de como

cadastrar a nossa obra nas plataformas. Então o SoundCloud foi de extrema importância para a divulgação de nosso trabalho. E não só nosso. Nesse tempo também, outros artistas estavam ganhando muita relevância fazendo muito do que a gente gosta, nessa vibe mais *underground*, e que hoje estão ganhando muito dinheiro com isso, que é o Maffalda, o Zebu, o VHOOR, JLZ... Naquele tempo, era muito bizarro, porque era tudo muito novo. 2014 ainda não tinha uma comunidade forte no SoundCloud. Eu lembro que em 2017, se eu não me engano, tinham rumores de que a empresa (SoundCloud) iria falir, porque não tinha gente investindo na parada. Foi na época em que o Chance The Rapper investiu grana no SoundCloud, porque ele veio de lá. Eu acredito que a nossa maior *fanbase* hoje é do SoundCloud, somos extremamente gratos pela existência dessa plataforma, e eu fico muito feliz de saber que é uma plataforma veio de uma origem *underground*, que hoje está alcançando outro patamar.

Pode se extrair diversas percepções dessa fala de Paulo. A primeira é que o processo de cadastramento digital de faixas nas grandes plataformas de *streaming* envolve uma burocracia que pode ser um pouco nebulosa na percepção de algumas pessoas, o que afasta artistas que estão começando a se divulgar. É por conta desse motivo que plataformas como o SoundCloud aparecem como algo muito mais atrativo para esses artistas, exigindo um cadastro simples e não burocrático por parte de seus usuários.

Outro ponto importante é a questão da identificação de Paulo com o chamado *underground*. Esse termo já é utilizado há algum tempo no meio cultural, para denominar um tipo de produção cultural que não está inserida no principal eixo de mercado. O *underground* costuma aparecer em contraste com outro termo: o *mainstream*. Aí está subentendida uma dualidade que traz consigo uma posição ideológica. Para alguns artistas, a sua liberdade de expressão e sua própria noção de estética são valores inegociáveis, e como discutimos em capítulos anteriores, o que ocorre nas grandes gravadoras é um controle hierárquico sobre os seus artistas, cujas decisões artísticas são tomadas a partir da visão de mercado que as gravadoras possuem. Basta analisar brevemente o modelo de negócio da One RPM para perceber que ali, o ponto crucial que é abordado com os seus artistas é numérico, isso é, quase todas as decisões são pautadas no objetivo de aumentar seus números de *plays* e *views*, que determinarão a remuneração que eles irão obter.

Paulo também aborda a questão da comunidade que foi se formando nesse ambiente virtual. O SoundCloud não remunera quem publica suas faixas na plataforma, mas o grande atrativo para os produtores que estão ali é o público que se instaura. Paulo

menciona o quanto vários artistas que surgiram junto com ele, hoje estão colhendo o fruto de seus trabalhos e lucrando com isso, de maneira independente. Sem a comunidade que foi desenvolvida no SoundCloud, que envolve desde ouvintes curiosos como João a produtores como os citados por Paulo, esse sucesso que alguns artistas vêm adquirindo não seria possível. O sucesso de alguns é tamanho que certos artistas que começaram sua trajetória como independentes, como o próprio Chance The Rapper, possuam hoje um patamar de exposição tão alto que faz com que passem a ser vistos como artistas *mainstream*.

Novamente, uma diferença primordial de artistas independentes e artistas de gravadoras é a liberdade estética que o artista independente possui. Esta liberdade, somada ao contexto atual de comunidades virtuais de música gera fenômenos interessantes do ponto de vista de gênero. De forma análoga ao que se observou com cenas de música eletrônica nos anos 80 e 90, diversos nichos musicais acabam se formando de maneira orgânica nessas plataformas, com a diferença que essa comunidade não se forma nas pistas de dança, e sim a partir de uma interação virtual entre artistas e ouvintes que gravitam ao redor de uma mesma sonoridade. Paulo menciona o selo Soulection como um expoente importantíssimo dessa comunidade de produtores no SoundCloud, e relata como o DKVPZ acabou se identificando com aquela estética, e eventualmente, colaborando com o selo.

Conhecemos a *Soulection* porque conhecemos a *Radio Show* deles, ideia do Joe Kay, que querendo ou não foi um dos primeiros programas que vieram do *SoundCloud* que estouraram. Quando a gente começou a escutar essa parada, eu falei para o Matheus: ‘Por que a gente não pode estar ali inserido? Essa sonoridade tem muito a ver com a nossa cara, com a nossa identidade’. Aí, em 2017, a gente lançou o nosso EP. A gente mostrou o nosso trabalho para o Sango, o Sango pirou e mostrou para o Joe Kay, que falou: ‘vamos lançar pela *Soulection*’. Aí saiu o nosso White Label.

Pode se dizer que a *Soulection* representa mais que um selo. Ela em certa medida estabelece uma identidade sonora que é influenciado por diversos estilos, que passam pelo soul, R&B, jazz, hip-hop, funk, house, entre outros estilos que são reproduzidos na programação das chamadas *Radio Shows* do selo. Isso faz com que artistas independentes se identifiquem com a sonoridade de artistas que ficam conhecidos pela *Soulection*, e isso proporciona um ambiente em que esses artistas se se influenciem de

maneira mútua, partindo dessa mesma identidade sonora, e ainda por cima, garantam uma exposição ao público que esse nicho possui.

No caso do DKVPZ, Paulo conta como eles compreenderam a estética que eles gostariam de seguir a partir do trabalho de alguns produtores brasileiros do SoundCloud que dialogavam com a sonoridade da Soulection.

As primeiras pessoas que começaram a misturar funk com soul, até chegar hoje no que a gente chama de chill-baile, foram o Kojak, do Rio de Janeiro, o Carlos do Complexo... Aí o Sango viu a visão, e uma coisa levou a outra. Quando o Sango lançou o 'Da Rocinha 2', eu já falei para o Matheus: 'A gente precisa estar aí. O nosso projeto casa com essa identidade'.

O termo chill-baile, mencionado por Paulo, sintetiza boa parte dessa discussão que envolve nichos e gêneros musicais. Ele se aprofunda sobre a origem do termo.

Até um momento, todo mundo estava misturando funk com outras coisas, mas isso tudo ainda estava muito solto. Ninguém havia batido o martelo dizendo: 'isso aqui é isso'. Foi aí que nós, antes mesmo do nosso trabalho com a Soulection, lançamos um EP chamado 'chill-baile'. Até então, ninguém tinha dado um nome para este estilo. Aí o pessoal acabou abraçando isso como um gênero. Eu, pessoalmente, não considero chill-baile um gênero. Foi só o nome que a gente deu para o nosso EP. Mas aí o pessoal viu e acabou falando: 'Ok, chill-baile é isso daqui. É a mistura disso com isso'.

Se o "chill-baile" é um gênero ou não, isso poderia ser um tema de estudos futuros que acompanhem essa dinâmica se desenvolver ao longo do tempo, e nesse caso poderiam ser considerados, por exemplo, os eixos de análise de gênero propostos por Fabbri. Mas o ponto a ser destacado nesse trabalho é que esses nichos musicais possuem uma relação direta com estas comunidades que são formadas nos ambientes virtuais, que proporcionam a formação de nichos cada vez mais específicos, que apelam a gostos musicais excêntricos, e ao mesmo tempo, possibilitam a artistas como Paulo a conciliação de suas predileções estéticas com o gosto de um público específico que valoriza esse tipo de sonoridade. O exemplo do chill-baile é bastante representativo, e se você pesquisa esse termo no Google, no YouTube, ou no próprio Spotify, que conta até com uma *playlist* editorial intitulada "chill-baile", você encontra uma série de resultados de músicas que compartilham a mesma sonoridade que o DKVPZ ajudou a solidificar no SoundCloud.

Quando André foi perguntado sobre como gênero aparece em seu processo de análise de uma obra musical, ele desenvolveu uma resposta que passa por uma série de

aspectos muito importantes para a discussão da relevância deste conceito no contexto atual, que passam também sobre a questão desses nichos musicais. Mais especificamente, ele aborda outro nicho musical, que é denominado por alguns como micro-gênero, no caso, o *chillwave*.

Eu acho que a gente aprendeu muito com a chillwave. Eu acho que a chillwave surgiu nesse movimento orgânico que você citou (comunidades virtuais). Tem esse pessoal fazendo e se comunicando, em meio a essa difusão que é muito facilitada de 20 anos para cá. Ou seja, quando a gente fala de 20 anos para cá, é uma realidade muito recente em qualquer contexto histórico. Havia em 2011, quando começou a chillwave, um deslumbramento muito grande por parte das pessoas, do tipo: 'olha aqui esse movimento estético acontecendo em tempo real, e eu estou observando isso acontecer'. Aí passa um ano, e o Toro y Moi (artista expoente de chillwave) fala para as pessoas: 'então gente, entendi o que vocês falaram, mas eu não sou chillwave, e estou lançando esse novo disco agora'. Porque os artistas não param, se eles são artistas. Eles estão fazendo o que eles querem fazer.

André traz um argumento interessante, e a discussão do chillwave é muito semelhante ao que ocorreu com o chill-baile do DKVPZ. Atualmente, Paulo e Matheus não estão presos a esse nicho. Por mais que este os tenha auxiliado na solidificação de seu público, seus lançamentos mais recentes exploram novas sonoridades. Esse tipo de mentalidade mais fluída acaba influenciando hoje até artistas *mainstream*, o que será abordado no próximo tópico.

### **3.8 Artistas de gênero musical fluido e o mercado**

Paulo dá a seguinte resposta quando ele é perguntado sobre a relevância do conceito de gênero para um artista.

Eu gosto muito da ideia de a gente ter um gênero, porque isso acaba criando nichos, comunidades, o pessoal acaba levantando muito a bandeira, e isso começa a movimentar o mercado, seja vendendo show, conteúdo, produto... Eu gosto disso. Mas a gente também não pode deixar de notar que gênero prejudica muito a interpretação pessoal de cada ouvinte. [...] Eu acho muito interessante a resposta que o Tyler (Tyler, The Creator) deu quando ele ganhou o Grammy de melhor álbum de rap do ano. Muito artista não quer fazer rap, quer fazer música. [...] Quando o público diz que algo é de tal gênero, o músico se sente desafiado a sair daquilo, a ser totalmente fora da curva.

Quando Paulo dá o exemplo de Tyler The Creator, percebemos o quanto retornamos ao grande motor desse estudo, que foi justamente inspirado por artistas que desafiam esse tipo de classificação, e se mostram contrários a esse pensamento. Pode-

se perceber por sua resposta então que essa não é uma discussão unidimensional. Ela possui várias camadas.

Sobre esse mesmo tópico, André está de certo modo sintonizado com Paulo em alguns aspectos. Ele, como crítico, diz que nunca foi favorável a uma abordagem estritamente denominativa em relação à obra de um artista. No próprio Monkeybuzz, onde ele publica algumas de suas resenhas, a tendência do portal por muito tempo foi a de “dar nome aos bois”, e ele, por mais que não fosse simpático à ideia, acabou seguindo essa diretriz. Recentemente, o portal mudou a abordagem, e passou a adotar uma postura mais aberta nesse sentido. Ele conta que o gênero musical só entra na sua crítica caso haja no artista uma intenção central de dialogar com estilos diferentes.

Vou dar um exemplo: se um artista de uma banda de indie rock decide fizer um álbum solo de voz e violão, dificilmente eu vou conseguir contar essa história sem usar esses termos. Existem bandas em que o grande barato delas é um diálogo com estilo sonoro. Essa é a banda que faz um acid jazz puxado com bossa nova”.

Ao desenvolver seu ponto, André diz que, na sua opinião, os melhores artistas são aqueles que não estão presos a uma palavra. Artistas esses como Frank Ocean, Billie Eilish, o próprio Tyler the Creator, que instigaram essa monografia.

Em um exercício de futurologia, quando perguntado se esse tipo de artista que desafia o conceito de gênero pode se tornar uma tendência no mercado, André dá a seguinte resposta.

É extremamente múltipla a possibilidade de intenções de um artista por trás de um lançamento. Eu concordo com você na sua futurologia que existe um lado mercadológico que está tentando entender cada vez mais os nichos, e a mentalidade de nicho não é muito diferente, enquanto raiz, do que ela era há 20 anos atrás. Há 20 anos atrás, a palavra usada era tribo.

André acredita que um nicho representa uma unidade menor do que uma tribo, e o motivo para isso é o de que o nicho pode ser subdividido em unidades cada vez menores. A seguir, ele desenvolve essa ideia.

Na verdade, o movimento da arte é sempre esse. Você tem algo grandioso que acontece, que pode ser mercadológico, estético, ou social, e a sociedade poder dar várias respostas a isso. Ainda mais no século XX, onde você tem uma produção cultural massificada. No século XXI, você tem tanto uma produção cultural massificada, como também uma difusão massificada. Quando você tem essas duas coisas acontecendo, mais esse ‘mar’ de músicas no Spotify, se a gente não organizar direitinho, ninguém transa. Se a gente não criar uma *playlist* do tipo: “indie carioca sem guitarras”, ninguém vai encontrar aquela banda. Então as pessoas precisam muito dessas organizações muito menores nos dias de hoje.

Essa resposta de André talvez sintetize os pontos chave desse trabalho. Quando se une essa resposta à toda perspectiva que Paulo tem de um artista independente que encontra seu lugar no mercado em plataformas como SoundCloud, que fomentam justamente essa formação de nichos, é possível entender o motivo que por trás dessas discussões sobre gênero estarem cada vez mais presentes. A quantidade de nichos é cada vez maior, e não para de aumentar. É aí que um mercado que sempre se organizou ao redor da ideia de gêneros musicais bem definidos como rock, pop, rap, e country, passa a tentar correr atrás de uma articulação que de certa forma escapa dessas mesmas categorias, e que ocorre em um ambiente liderado por artistas independentes, os quais não são compreendidos pela lógica que costuma reger as estratégias de *clusters* que impera em algumas gravadoras.

#### 4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Quando se revisa tanto a teoria de Fabbri e Frith, o histórico da indústria da música, e se somam a isso as entrevistas em profundidades com as fontes selecionadas, o que este trabalho consegue concluir é que a noção de gênero musical continua extremamente presente tanto em ouvintes, como em artistas e críticos. O que varia é a maneira segundo a qual esse conceito orienta cada um desses indivíduos.

Se observarmos o caso de João e Beatriz, dois dos entrevistados, percebemos que, por mais que ambos tenham o conceito de gênero como algo claro e bem estabelecido em suas percepções, a forma como essa noção orienta a escuta desses dois ouvintes se difere, porque ambos representam diferentes perfis. João pesquisa mais ativamente, em busca de artistas utilizando métodos que não se pautam apenas na ideia de gênero, mencionando as artes das capas dos álbuns, as cenas culturais as quais certos artistas pertencem, e até o algoritmo do Spotify como critérios que apelam mais a ele do que a questão de gênero. Ele concorda com a ideia de que o gênero musical pode ser um conceito que engessa a expressão artística. Beatriz, como ouvinte mais casual, acaba utilizando a ideia de gênero musical como uma maneira conveniente para encontrar as músicas que pretende ouvir, relacionando diferentes gêneros musicais a diferentes ocasiões de consumo, e utilizando *playlists* editoriais do Spotify que são compiladas a partir da ideia de gênero. Para ela, esse conceito é um facilitador para encontrar o que procura, ou seja, confirma o papel mediador que o gênero musical exerce nessa dinâmica. É verdade que novas formas de categorização alternativa, como *playlists* que descrevem a música a partir de ocasiões de consumo e *moods* passaram a ganhar espaço, mas Letícia nos ajudou a compreender que esse tipo de consumo ainda parece representar uma parcela muito menor dos ouvintes, embora apenas os relatos de João e Beatriz não seriam o suficiente para realizar qualquer tipo de conclusão com relação a esse fenômeno em específico.

As conversas com esses dois perfis diferentes de ouvintes foram certamente importantes, mas acredita-se que o eixo de discussão mais revelador e inesperado do trabalho aparece a partir das entrevistas feitas com Paulo e André. Um dos recortes da pesquisa foi analisar o conceito de gênero no ambiente digital que se articula com o

advento da internet. O conhecimento de André, que, além de crítico musical, é crítico cultural e comunicador, foi uma fonte importantíssima para compreender algumas das dinâmicas que se articulam hoje. Em particular, uma de suas falas é a de que, com a internet, se somou à produção massificada de música, que já ocorria no século XX, uma difusão massificada, que passou a ocorrer com intensidade cada vez maior no século XXI. Ele ajuda a articular o pensamento segundo o qual, sem noções de categorizações musicais muito específicas, certos artistas se perdem nesse meio digital extremamente saturado com uma diversidade musical e cultural sem precedentes. E é aí que aparece a questão dos nichos musicais online, como o chill-baile que Paulo ajudou a solidificar.

A mudança na cadeia produtiva de música, que foi estudada no segundo capítulo, possibilitou a ascensão de artistas independentes que passam a poder produzir e divulgar suas obras por conta própria, sem as restrições estéticas de gravadoras. Isso proporciona um ambiente digital culturalmente riquíssimo, em plataformas como o Soundcloud e o Bandcamp, mas que é ao mesmo tempo muito saturado. Para artistas independentes como Paulo, a categorização musical é um processo que se faz necessário do ponto de vista comunicacional e mercadológico, tendo em vista a quantidade imensurável de produção e difusão de música no cenário atual.

Nesse ponto, quando se analisa o aspecto comunicacional do gênero musical, se percebe o quanto faz sentido que os gêneros musicais se subdividam em unidades menores. Ao mesmo tempo que a internet possibilitou uma propagação mais vasta das mensagens, novas tecnologias de análise de métricas, algoritmos, e a tão discutida *big data* fazem com que o comunicador esteja constantemente tentando compreender públicos cada vez mais específicos e diversos. Afinal, esse ambiente abriga uma amostra muito vasta de toda a sociedade, e a categorização musical evidentemente acompanha esse processo.

No caso da música, diferentes públicos representam apreciações sonoras e estéticas diferentes. Uma organização do ambiente digital por unidades de gênero menores, como o chill-baile, é a forma que esses artistas encontram para dialogar com outros artistas e ouvintes que compartilham um apreço pela mesma sonoridade. Esses nichos, como vimos no exemplo do *chillwave* citado por André, acabam sendo muito setorizados e efêmeros, o que faz com que na grande maioria das vezes, estes acabem

não constituindo um movimento cultural de impacto duradouro e consolidado. Mas essa efemeridade é abraçada na produção desses artistas, e não é vista como um problema, ou como quebra de sua identidade.

O que se pode extrair de todas essas importantes colaborações dos entrevistados é que muito do que Fabbri e Frith discutem em suas teorias sobre o gênero musical continua existindo, porém, pela intensidade na qual essas obras são produzidas e difundidas, um processo que já era multifacetado e complexo no século XX torna-se exponencialmente mais difícil de se mapear, e as linhas que dividem um gênero musical de outro começam a se borrar. Artistas sem gênero musical definido, sub-gêneros, micro-gêneros e nichos se proliferam de uma maneira que faz do processo de categorização uma tarefa que, em uma perspectiva macro, parece ser impossível de acompanhar.

Como vimos com esses autores, gêneros musicais são convenções socialmente construídas para se categorizar diferentes tipos de música. É difícil dizer se nichos como o chill-baile e o chillwave representam gêneros musicais ou não. O próprio Paulo não vê o chill-baile como gênero, por mais que esse nome só foi abraçado e difundido pelo público a partir do título de um de seus EPs. A maneira como esses nichos são intitulados é muito particular dessas comunidades online, e em alguns momentos não é possível definir com clareza quem populariza esses termos. Pode-se dizer que o eixo formal e técnico que Fabbri estabelece no seu processo de categorização musical é o mais recorrentemente utilizado, por conta da sonoridade dessas obras ainda ser um grande fator de consideração nesse tipo de nicho. Mas outros fatores como estética visual podem aparecer, como é o caso do vaporwave, estilo musical que compreende tanto uma questão sonora, como uma questão visual, com ilustrações características que representam esse nicho cultural. Ou seja, esses nichos, por mais que sejam pequenos, efêmeros, ainda se articulam de maneiras que nos remetem as teorias de categorização musical previamente estudadas.

Frith nos ajuda a compreender a maneira mercadológica na qual a indústria musical utiliza a ideia de categorização musical. Enquanto Paulo, pelo que se percebe de sua entrevista, comprehende o espectro dessa discussão como uma faca de dois gumes. Ao mesmo tempo que o gênero ajuda os artistas e os ouvintes a se identificarem com um tipo de sonoridade, este é um conceito que acaba sendo apropriado pela

indústria de uma maneira que restringe tanto a criação de um artista, como a interpretação pessoal do ouvinte. Por mais que ele seja grato a comunidades online no Soundcloud e ao chill-baile, que o possibilitaram uma carreira mesmo sendo um artista sem contrato com gravadoras, ele também comprehende a frustração de um artista como Tyler, The Creator, ser categorizado como um *rapper*, mesmo que seus trabalhos mais recentes não estejam atrelados a esse gênero.

Aqui, vale a pena realizar uma distinção: a dinâmica de nichos online citada acontece de uma maneira na qual o eixo *mainstream* da indústria ainda não comprehende totalmente. Artistas independentes estão muito mais a par de como esses processos funcionam, e percebe-se que eles conseguem se utilizar desse tipo de categorização para fazer suas obras chegarem no público que eles desejam impactar. Pode se dizer que, por esse processo de categorização ser comandado pelos próprios artistas, juntamente com ouvintes e críticos, e não por empresários, gravadoras e distribuidoras, essas categorias passam a funcionar de uma maneira na qual os artistas precisem realizar menos concessões em relação à sonoridade de suas obras. Paulo e Matheus em nenhum momento fizeram um tipo de música com o qual eles não se identificassem para encontrar o seu público. Eles apenas compreenderam a maneira na qual esses ambientes online se articulam, e perceberam a existência de uma comunidade de artistas e ouvintes que estariam dispostos a ouvir uma experimentação que misturasse funk brasileiro e soul. Nesse sentido, a categorização aparece muito mais como uma forma de conciliar a predileção estética desses artistas com o seu potencial público, do que como uma camisa de força que restringisse suas liberdades criativas.

É interessante perceber a ascensão dessas novas categorias menores de gêneros, e compará-las com os gêneros mais estabelecidas da música popular, como pop, rock, rap, R&B, funk, sertanejo, pois ao se limitar às categorias tradicionais, a indústria acaba reproduzindo justamente esse tipo de situação que foi relatada no início da monografia. A entrevista com Letícia foi de extrema importância para entender o funcionamento de distribuidoras digitais, e perceber o como essas, ao menos no contexto brasileiro, ainda se organizam em subdivisões, chamadas internamente de *clusters*, que se baseiam diretamente em gêneros musicais mais tradicionais. Letícia conta que dificilmente seus clientes não se enquadrem em uma dessas subdivisões, e o fato de que

todos esses não são artistas independentes não é coincidência. Os artistas que trabalham em parceria com a One RPM possuem o objetivo em comum de maximizar o seu número de *streams* nas plataformas digitais, e nesse sentido, realmente não faria sentido para eles se desprender dos gêneros maiores, já que esses ainda atraem a imensa maioria do público. Esses micro-gêneros e nichos online, assim como o nome já indica, constituem uma parcela muito menor do mercado, o que financeiramente não seria o ideal para artistas que possuem como objetivo maior o sucesso monetário. Já artistas como Paulo, por mais que tenham o objetivo de se sustentar com a própria música, não sacrificam sua liberdade artística para maximizar seus ganhos financeiros. Dessa forma, os nichos se mostram uma maneira orgânica na qual esses artistas independentes conciliam a maioria de suas necessidades.

A utilização recorrente do termo indústria nos remete ao conceito de indústria cultural, notadamente relacionado à Escola de Frankfurt, que por já ser exaustivamente explorada em diversas pesquisas acadêmicos, acabou não sendo explorada no trabalho. Mas nessa seção mais conclusiva da monografia, percebe-se o como esse conceito, de certa forma, ainda nos ajuda a compreender essa discussão. Categorizar é uma ação que faz parte da maneira na qual o ser humano pensa o mundo, e nesse sentido, é difícil imaginar um cenário no qual os ouvintes e artistas deixem de categorizar suas obras. No entanto, a maneira de que essas categorias são utilizadas pode ser feita sob um viés que estimule a criatividade e experimentação artística e cultural, ou pode ser feita de forma a enquadrar o artista meramente em uma estrutura de mercado.

Plataformas de *streaming* como o Spotify vêm impactando de maneira significativa o consumo dos ouvintes hoje. O acesso a um catálogo que parece, se visto pela sua superfície, infindável, que pode ser feito em qualquer hora e qualquer lugar, faz com que artistas e ouvintes se relacionem de forma diferente com esses processos. Em meio a esse “mar” de possibilidades, existem ouvintes que acabam sendo influenciados por estilos musicais completamente diferentes entre si. Em um contexto no qual a produção musical se mostra cada vez mais democratizada, esses mesmos ouvintes podem acabar se tornando artistas. Ao se tornarem artistas independentes, eles percebem que existe todo um universo com os mais diversos tipos de nichos virtuais que misturam os seus gostos musicais mais distintos. E esse mesmo artista pode vir a atingir sucesso comercial

e transcender essas comunidades online, assinando contrato com uma grande gravadora, como foi o caso de Billie Eilish. É nesse contexto que a indústria, enquanto se pautar nos poucos gêneros musicais mais populares de sempre, sem se dar conta desses novos processos que se articulam na internet, vai fazer com que esses artistas se sintam violentados por precisarem se confinhar a uma única caixa.

De uma maneira geral, essa discussão é extremamente profunda, e envolve aspectos nos quais uma única monografia não seria capaz de contemplar. Se essa recusa por rotulações de gênero musical representa uma tendência geracional, ou se é uma questão meramente mercadológica, esse trabalho não é capaz de responder com as informações coletadas.

É importante destacar que essa dinâmica de plataformas de streaming, que vem se articulando com força na última década, é um processo extremamente recente, e é difícil apostar em qualquer tipo de tendência, tendo em vista que não se sabe por quanto tempo a indústria irá se articular dessa mesma maneira. Nada impede de este ser um momento temporário na indústria. Há inclusive toda uma discussão que envolve o ressurgimento de entusiastas de mídias físicas como o vinil e fitas cassete em meio a esse contexto, e fica o questionamento se isso pode vir a crescer de uma maneira mais significativa nos próximos anos.

Estudos futuros poderiam acompanhar esses pequenos nichos musicais que surgem no ambiente musical de uma forma mais aprofundada, tentando compreender a dinâmica de nomeação dos estilos, a formação dessas comunidades, as formas nas quais esses ouvintes e artistas interagem, para conseguir mais informação sobre este universo. Seria interessante acompanhar os artistas que surgem nessas cenas virtuais de música independente, e que futuramente acabam se tornando artistas que atraem a atenção do *mainstream*, para perceber se há alguma característica em comum entre eles. Em termos de sonoridade, também seria interessante analisar o quanto novas tendências estéticas que surgirem na indústria podem estar vindo justamente desse ambiente virtual mais subdividido e nichado.

Em termos comunicacionais, vale acompanhar a maneira segundo a qual a indústria *mainstream* se movimentará para tentar compreender estes nichos. Será que premiações como o Grammy podem dar mais espaço a essas subdivisões em suas

categorias? De que forma a imprensa vai começar a lidar daqui para frente com artistas que se importam menos com a questão de gênero? Será que os ouvintes de música no futuro se tornarão mais ou menos ecléticos? Todas essas perguntas estão relacionadas de uma maneira ou de outra, e certamente há ainda muito terreno a ser explorado nessa área.

## 5. REFERÊNCIAS

- AMARAL, A. **Categorização dos gêneros musicais na Internet - Para uma etnografia virtual das práticas comunicacionais na plataforma social Last.fm.** In: FREIRE FILHO, J.HERSCHMANN, M. (orgs.). Novos rumos da cultura da mídia: indústrias, produtos e audiências. Rio de Janeiro, Mauad, 2007. (Volume I)
- BANDEIRA, Messias Guimarães. **A Economia da Música Online: propriedade e compartilhamento da informação na sociedade contemporânea.** In: Anais do V Encontro Latino de Economia Política da Informação, Comunicação e Cultura. Salvador: EDUFBA, 2005
- FABBRI, Franco. **Uma teoria dos gêneros musicais: duas aplicações.** Revista Vortex, Curitiba, v. 5, n.3, p. 1-31,2017
- FRITH, S. **Performing Rites: on the value of popular music.** Cambridge/ Massachusetts, Harvard University Press, 1996.
- JANOTTI Jr., J; PEREIRA DE SÁ, S. **Revisitando a noção de gênero musical em tempos de cultura musical digital.** Anais do XXVII Encontro Anual da Compós. Belo Horizonte: COMPÓS, 2018.
- MOSCHETTA, P.; VIEIRA, J. (2018) ‘**Música na era do streaming: curadoria e descoberta musical no Spotify**’, 5 ed. Sociologias 20(49), 258–292.