

UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CULTURA E SOCIEDADE
MESTRADO INTERDISCIPLINAR

RAFAEL FIGUEIREDO DA SILVA BATISTA

LUZ, CÂMERA, SOM: Uma análise da produção de vídeos musicais na música independente de São Luís – MA entre 2012 e 2018.

São Luís
2019

RAFAEL FIGUEIREDO DA SILVA BATISTA

LUZ, CÂMERA, SOM: Uma análise da produção de vídeos musicais na música independente de São Luís – MA entre 2012 e 2018.

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Cultura e Sociedade da Universidade Federal do Maranhão como requisito para obtenção do título de Mestre em Cultura e Sociedade.

Orientador: Prof. Dr. Ricieri Carlini Zorzal

Coorientador: Prof. Dr. Flávio Luiz de Castro Freitas

São Luís

2019

Ficha gerada por meio do SIGAA/Biblioteca com dados fornecidos pelo(a) autor(a).
Núcleo Integrado de Bibliotecas/UFMA

FIGUEIREDO DA SILVA BATISTA, RAFAEL.

LUZ, CÂMERA, SOM : Uma análise da produção de vídeos musicais na música independente de São Luís MA entre 2012 e 2018 / RAFAEL FIGUEIREDO DA SILVA BATISTA. - 2019.
192 f.

Orientador(a): RICIERI CARLINI ZORZAL.

Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-graduação em Cultura e Sociedade/cch, Universidade Federal do Maranhão, SÃO LUÍS, 2019.

1. Empreendedorismo cultural. 2. Materialismo cultural. 3. Música independente. 4. Produção audiovisual. 5. Vídeo musical. I. CARLINI ZORZAL, RICIERI. II. Título.

RAFAEL FIGUEIREDO DA SILVA BATISTA

LUZ, CÂMERA, SOM: Uma análise da produção de vídeos musicais na música independente de São Luís – MA entre 2012 e 2018.

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Cultura e Sociedade da Universidade Federal do Maranhão como requisito para obtenção do título de Mestre em Cultura e Sociedade.

Orientador: Prof. Dr. Ricieri Carlini Zorzal

Coorientador: Prof. Dr. Flávio Luiz de Castro Freitas

Aprovada em: ____/____/____

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Ricieri Carlini Zorzal
Doutor em Música
Universidade Federal do Maranhão

Prof. Dr. Flávio Luiz de Castro Freitas
Doutor em Filosofia
Universidade Federal do Maranhão

Profa. Dra. Sanny Fernanda Nunes Rodrigues
Doutora em Multimídia em Educação
Universidade Federal do Maranhão

Prof. Dr. Marcio Leonardo Monteiro Costa
Doutor em Comunicação Social
Universidade Federal do Maranhão

AGRADECIMENTOS

A escrita acadêmica pode parecer por muitas vezes um processo solitário, mas nem por isso precisa ser o resultado de uma ação individual. Quando é necessário agradecer por algo sempre recorro à lembrança de um jovem poeta que me disse: agradecer quer dizer que não se está sozinho. A longa jornada da qual a pós-graduação faz parte poderia se fazer muito mais embaraçada, se não pudéssemos contar com a companhia, o aconselhamento, a motivação daqueles que se fazem presente.

Antes de qualquer coisa, é preciso agradecer inclusive à própria existência, para tanto, agradeço aos meus pais e à minha família por todo o suporte, estrutura e incentivos, seja nas suas palavras de inspiração, seja nas suas orações, a eles por toda a motivação de perseguir e alcançar os meus sonhos e realizações. Muito obrigado!

Ao meu amor, a quem me escolheu e quem eu escolhi para se estar todos os dias juntos, dividindo angústias e alegrias, a quem sempre se pode recorrer para um abraço, um desabafo e também para as celebrações. Agradeço à minha companheira de vida, Yashmine, por sempre estar ao meu lado e sempre acreditar que posso fazer o meu melhor.

Aos meus amigos que me acompanham desde a graduação e também se aventuram pelos mundos da pós-graduação, compartilhando desesperos e realizações, Anderson, Maisa e Nadia, a amizade de vocês é pra uma vida toda.

Aos amigos da EBC que ficaram para a vida, Tati e os eternos compadres Geylson, Rubão e Héveny, principalmente Héveny com quem divido as preocupações do mundo acadêmico. Muitíssimo obrigado!

Aos amigos e colegas da TV UFMA e TV Universitária que compreenderam a minha dispersão por vezes, em razão do Mestrado.

Aos PgCultianos que sempre se apoiaram e para quem tudo era motivo para um bolo e um café, não poderia haver turma melhor para se dividir essa caminhada.

Agradeço também a todos os professores do PgCult pelos ricos debates e aulas, agradeço sobretudo aos professores Luciano Façanha e João Batista Bottentuit, por terem sido solidários aos percalços por mim enfrentados nesta caminhada.

Aos professores que contribuíram com a construção deste trabalho, desde a fase da pré-qualificação à qualificação: Paulo Pellegrini, Marcos Ramúsy e Sanny. Novamente à professora Sanny e ao Marcio Monteiro por aceitarem participar do episódio final desta trajetória, muito obrigado!

E principalmente, ao professor Ricieri Carlini Zorzal por toda a sua paciência e dedicação na orientação deste trabalho.

RESUMO

Este trabalho tem como objetivo analisar a produção de vídeos musicais voltada para música independente em São Luís - MA entre os anos de 2012 e 2018. Para tanto, empreendemos o levantamento de uma videografia referente ao período para verificar o seu desenvolvimento relacionado aos avanços tecnológicos que entendemos ter contribuído para facilitar o acesso aos meios de produção e de distribuição dos produtos culturais. O estudo se funda no pensamento do materialismo cultural a partir de Williams (1960; 1979; 2001; 2011) para dar conta da produção audiovisual como produto cultural e como processo de produção deste produto. Na tentativa de perceber a ocorrência desta produção como consequência de modificações na estrutura social, cultural e econômica que tange as práticas da música independente, recorreu-se à ideia de estrutura de sentimento – própria do materialismo cultural – para tentar compreender estas transformações. Lançamos mão de um breve histórico da produção de vídeos musicais que migraram da televisão para as plataformas virtuais, sobretudo o YouTube. Para dar conta das articulações no espaço virtual, nos dirigimos à noção de bios midiático proposta por Sodré (2012) colocando a questão da democratiza o do acesso aos bens culturais em reflexão. As transforma es sociais, culturais e econômicas adv m de avanços tecnológicos e a democratiza o do acesso aos meios de produ o e distribui o dos bens culturais; estas "novas combina es" desequilibram a lógica econômica de oferta e demanda. Assim, faz-se necessário compreender os agentes da cultura - artistas, músicos e produtores audiovisuais - como empreendedores culturais, gestores de suas próprias carreiras, percebendo a arte como negócio. A partir da discussão do materialismo cultural e do empreendedorismo cultural, intende-se embasar a análise dos dados obtidos a partir do cruzamento de registros dos festivais Guarnicê (1989-2011; 2019) e Maranhão na Tela (2017; 2018), do Prêmio Universidade (2010-2016) com pesquisa empreendida no YouTube a partir dos registros obtidos, a fim de avaliar o crescimento e relevância da produ o de vídeos musicais no cenário local.

Palavras-chave: vídeo musical; produ o audiovisual; música independente; materialismo cultural; empreendedorismo cultural;

ABSTRACT

This study intends to analyze music video production related to the independent music scenario in São Luís – MA over the years 2012 to 2018. Therefore, we engaged the development of a music video list from what was produced throughout those years to verify if its growth is related to the technological updates which we understand has favored access to the means of production and distribution of cultural products. The study is based on the theoretical approach of cultural materialism by Raymond Williams (1960, 1979, 2001, 2011) to see the audiovisual production as a cultural product and as a production process of that kind of product. Looking for realize that production as a consequence of changes in the social, cultural and economic structure that refers to the practices of independent music, we have call upon the idea of structure of feeling – from cultural materialism thesis – to understand those transformations. We turn to a brief history of the production of music videos that migrated from television to virtual platforms, especially YouTube. In order to understand the articulations in the virtual space, we address the comprehension of the media bios proposed by Sodr  (2012) questioning democratization of the cultural goods. The social, cultural and economic transformations come from technological advances and the democratization of the means of production and distribution of cultural goods; these "new combinations" unbalance the economic logic of supply and demand. Thereby, it is necessary to understand the agents of culture - artists, musicians and audiovisual producers - as cultural entrepreneurs, managers of their own careers, perceiving art as business. Based on the discussion of cultural materialism and cultural entrepreneurship, we intend to base the analysis of the data obtained from the crossing of records of the festivals Guarnicê (1989-2011, 2019) and Maranhão na Tela (2017, 2018), the Prêmio Universidade (2010-2016) with research on YouTube from the records obtained, in order to evaluate the growth and relevance of the production of musical videos in the local scenario.

Keywords: music video; filmmaking; independent music; cultural materialism; cultural entrepreneurship.

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Vídeos musicais produzidos entre 2012 e 2016.....	95
Tabela 2: Vídeos musicais produzidos entre 2016 e 2019.....	102

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Gráfico com o total dos vídeos musicais contabilizados em São Luís.....	102
Gráfico 2: Gráfico com os vídeos musicais de sessões ao vivo contabilizados em São Luís.....	103
Gráfico 3: Gráfico com os demais vídeos musicais contabilizados em São Luís.....	104
Gráfico 4: Gráfico com os videoletras musicais contabilizados em São Luís.....	104

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	10
2	PRODUÇÃO AUDIOVISUAL NA MÚSICA INDEPENDENTE.....	17
2.1	Produção cultural como atividade econômica produtiva à luz do Materialismo Cultural.....	17
2.2	O som que precede a imagem: processo produtivo na música independente.....	21
2.2.1	A dinâmica produtiva na música independente.....	24
2.2.2	Cenas musicais, circuitos culturais e cadeias produtivas: articulando fatores sociais, econômicos e simbólicos e a reconfiguração da indústria fonográfica.....	27
2.3	Além do videoclipe: o audiovisual na música independente.....	32
2.3.1	Breve panorama histórico do surgimento do videoclipe na televisão e a era MTV.....	32
2.3.2	O estabelecimento do YouTube como o novo lugar do videoclipe.....	37
2.3.3	Entre o artístico e o comercial: as multiplicidades do vídeo musical.....	42
2.3.4	Experiências na internet e realizadores ludovicenses.....	48
2.4	A articulação social no espaço virtual.....	54
2.4.1	A virtualização da sociedade.....	54
2.4.2	Espaço virtual: bios midiático e ciberespaço.....	57
2.4.3	A produção de presença no bios midiático.....	61
2.4.4	Democratização cultural e recorte de classe.....	64
2.5	Considerações sobre estruturas de sentimento relacionadas à música independente.....	65
3	A RECONFIGURAÇÃO DO NEGÓCIO CULTURAL.....	68
3.1	Cultura como recurso.....	70
3.2	O artista independente como empreendedor cultural.....	74
4	PERCURSO METODOLOGICO.....	79

4.1	Construção dos elementos da pesquisa.....	80
4.2	Coleta de dados.....	82
4.3	Caracterização da pesquisa.....	84
5	ANÁLISE DA PRODUÇÃO DE VÍDEOS MUSICAIS NA MÚSICA INDEPENDENTE.....	85
5.1	Antecedente histórico: videoclipes maranhenses no Festival Guarnicê (1989-2011).....	85
5.2	Mudança de paradigma: transformações na produção e distribuição dos vídeos musicais a partir de novas tecnologias (2012 – 2018).....	89
6	CONSIDERAÇÕES FINAIS	105
	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	109
	APÊNDICES	120

1 INTRODUÇÃO

Este trabalho surge como desdobramento de um trabalho iniciado para a conclusão do curso de graduação em Comunicação Social, quando se analisou a disposição e articulação de determinadas práticas musicais independentes na cidade de São Luís, Maranhão durante o recorte espaço-temporal entre 2009 e 2014 à luz da noção de cena musical (BATISTA, 2014). O trabalho citado sustentou-se nos estudos sobre cenas musicais realizados por Straw (1991; 2006), Janotti Junior (2011; 2012), Sá (2011) e Pires (2013).

Dos resultados do primeiro estudo surgiram novas questões. A principal foi a respeito das dificuldades em relação à sustentabilidade econômica em torno destas práticas musicais que passam por sucessíveis processos de profissionalização, dificuldades percebidas pela sazonalidade dos acontecimentos musicais¹ (BATISTA, 2014). Outra inquietação vem da necessidade de entender a dinâmica entre produção musical e produção audiovisual além da percepção do senso comum. Além destas questões, a atuação do autor da pesquisa enquanto músico e produtor audiovisual no cenário da música independente no período citado alimentam a motivação deste trabalho.

A continuidade de um estudo com o recorte temático semelhante encontra fôlego também nas palavras de Herschmann (2013a, p.53), quando ele acentua que os conceitos e noções nas pesquisas da interface entre comunicação e música serem “mais ou menos provisórios”. Segundo ele, estes conceitos e noções trabalham com objetos de estudo fluidos e complexos, portanto, devem ser frequentemente questionados.

No estudo desenvolvido na graduação, observou-se uma busca pela sustentabilidade econômica de uma cena musical fundada em permutas, trocas de favores e associações cooperativas e também o compartilhamento de laços ideológicos, afetivos, sociais e econômicos pela condição de ser independente².

¹ Neste primeiro empreendimento notou-se uma efervescência em relação a lançamentos fonográficos e eventos de música independente no ano de 2013, o que já não aconteceu em 2014, por exemplo.

² Artista independente é aquele que não possui relação de subordinação a grandes gravadoras, produtoras ou selos e mantém sua autonomia produtiva e artística, muitas vezes custeando integralmente o processo outras vezes se ligando a pequenas gravadoras (VICENTE, 2006). Galletta (2014) sinaliza o emprego do termo "independente" para produções fonográficas com certa autonomia em relação ao modo de produção e a estrutura

Com isto em vista, o primeiro estudo apontou que o posicionamento independente conecta músicos e artistas a diferentes atividades e atores sociais relacionados às etapas que precedem e sucedem a atividade musical, como estúdios de gravação, casas de show, bares, fotógrafos, jornalistas, produtores culturais, entre outros.

Portanto, por um lado, percebe-se uma emergência das práticas musicais independentes em São Luís, Maranhão, processo intensificado a partir de 2013, devido a maior frequência de festivais, shows e lançamentos de discos e singles – incentivado pelo avanço tecnológico que tornou a produção fonográfica mais acessível técnica e economicamente –, que resultaram na saída em 2014 de vários artistas para shows e festivais a nível nacional, como o Funmusic³ e Web Festvalda⁴ (BATISTA, 2014).

Por outro, se observa o desenvolvimento de um cenário do audiovisual no Maranhão. Possivelmente facilitado pela maior acessibilidade a meios técnicos e fomentado por políticas públicas para o audiovisual como: a criação de editais para projetos audiovisuais no Maranhão pela Secretária de Estado da Cultura do Maranhão⁵; a criação da Escola de Cinema do Maranhão do Instituto de Educação, Ciência e Tecnologia do Maranhão – IEMA em 2016⁶ e do Curso de Extensão de Produção Cinematográfica do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Maranhão – IFMA em 2018⁷. Além destes, em 2015 há a instituição de uma Associação dos Produtores e Cineastas do Maranhão (APROCIMA), com o objetivo de desenvolver e enriquecer a filmografia maranhense⁸.

Outros fatos também apontam o crescimento da produção audiovisual no Maranhão, como a premiação e exibição de produções e coproduções maranhenses em festivais nacionais e internacionais, a exemplo, “Acalanto” de Arturo Sabóia,

econômica da produção. Entenderemos neste trabalho a produção audiovisual independente nestes mesmos termos, o da autonomia produtiva, artística e financeira.

³ Casaloca, Os Mingongos, Tiago Máci, Vinil do Avesso, Madian e O Escarcéu, e Café Brasil.

⁴ Os Mingongos.

⁵ Disponível em < <http://www.sectur.ma.gov.br/edital-de-selecao-de-projetos-audiovisuais-do-maranhao/#.XR5XsutKipo>>. Acesso em: 30 ago 2018.

⁶ Disponível em < <https://oimparcial.com.br/noticias/2016/03/escola-de-cinema-do-maranhao-e-inaugurada/>>. Acesso em 30 ago 2018.

⁷ Disponível em < <https://portal.ifma.edu.br/2018/08/17/curso-de-extensao-oferece-formacao-em-producao-para-cinema/>>. Acesso em 30 ago 2018.

⁸ Disponível em: <https://www.facebook.com/aprocima/info?tab=page_info>. Acesso em: 14 mar 2017.

premiado no Festival de Gramado em 2013⁹; “Exercício do Caos”, de Frederico Machado, premiado no Festival de Cinema de Sertões no Piauí¹⁰; “Nua por dentro do couro”, de Lucas Sá, premiado no Festival de Cinema de Triunfo – PE em 2015¹¹; “Macapá”, de Marcos Ponts, premiado no Festival Internacional de Curtas-Metragens de São Paulo em 2015¹²; e “Chiaroscuro” de Daniel Drummond, premiado no 42º Student Academy Awards em 2015¹³.

Dos cineastas maranhenses citados acima, Arturo Sabóia, Frederico Machado, Marcos Ponts e Lucás Sá já empreenderam na área do vídeo musical. O objeto desta pesquisa se encontra no momento em que a produção audiovisual se encontra com o desenvolvimento das práticas musicais em São Luís.

Nossa pesquisa detectou certo aumento na produção de vídeos musicais foi intensificado a partir de 2012, fato já sugerido por observações prévias o que nos levou ao recorte temporal que propomos aqui, de 2012 a 2018.

Cabe ressaltar que o estudo aqui proposto além de um desdobramento de um trabalho anterior, é um desdobramento de si mesmo. Nossa proposta inicial visava um estudo de caso para atender questões como: que motivações levaram os artistas a buscarem reverberação no audiovisual, ou como a produção audiovisual implica na trajetória artística de cantores e bandas. Havia um ímpeto de questionar se havia uma demanda pela produção de vídeos musicais em que o audiovisual fosse tão importante quanto o fonograma.

Nosso problema inicial era entender a dinâmica socioeconômica e cultural entre produção audiovisual e música independente, buscando respostas sobre como o audiovisual se situaria na lógica produtiva da música. Era uma proposta direcionada mais para como os artistas buscam projeção audiovisual do que como o mercado audiovisual se organiza.

⁹ Disponível em: <<http://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/festival-de-cinema-de-gramado/2013/noticia/2013/08/curta-acalanto-leva-5-premios-no-festival-de-gramado-na-serra-do-rs.html>>. Acesso em: 14 mar 2017.

¹⁰ Disponível em: <<http://imirante.com/namira/sao-luis/noticias/2014/11/10/atriz-do-ma-desbanca-fernanda-montenegro-em-festival.shtml>>. Acesso em: 14 mar 2017.

¹¹ Disponível em: <<http://www.cultura.pe.gov.br/canal/audiovisual/festival-de-cinema-de-triunfo-distribui-premios-e-fortalece-o-audiovisual-brasileiro/>>. Acesso em: 14 mar 2017.

¹² Disponível em: <<http://blog.jornalpequeno.com.br/johncutrim/macapa-do-maranhense-marcos-ponts-ganha-26o-festival-internacional-de-curtas-metragens-em-sao-paulo/>>. Acesso em: 14 mar 2017.

¹³ Disponível em: <http://www.hollywoodreporter.com/news/student-academy-award-winners-revealed-817673?utm_source=twitter>. Acesso em: 14 mar 2017.

No decorrer do trabalho novas questões foram surgindo e redirecionando o foco e o escopo do trabalho para entender primeiramente como se deu essa suposta intensificação na produção dos vídeos musicais e quem eram estes atores dedicados a este tipo de realização.

Portanto, foi necessário realizar um levantamento dos vídeos produzidos em São Luís no intervalo proposto para verificar este crescimento na produção, de modo que o objeto de pesquisa passa a ser o conjunto de vídeos resultados deste levantamento, a que chamamos de videografia, e não mais a dinâmica produtiva entre audiovisual e música.

Com o objetivo de compreender como se deu o aumento da produção de vídeos musicais foi necessário antes de analisá-la, construir essa videografia e situá-la em seu momento histórico, partindo assim para uma pesquisa documental em catálogos do Festival Guarnicê de Cinema (1990-2011; 2019), do Festival Maranhão na Tela (2017; 2018) e também de registros da Rádio Universidade FM. O levantamento foi complementado através de buscas no YouTube pelos nomes dos artistas e realizadores encontrados nos documentos consultados, e posteriormente através de novas buscas a partir dos resultados obtidos, construindo assim um corpus representativo através de um processo cíclico (BAUER; AARTS, 2008).

Inicialmente, partimos da hipótese de que o crescimento da produção de vídeos musicais seria motivado por avanços tecnológicos, como o surgimento de câmeras digitais com recurso de gravação de vídeo em alta definição, as DSLR, e a popularização de plataformas de streaming de áudio e vídeo.

Para buscar respostas a este problema, os objetivos específicos deste trabalho se direcionam a desenvolver fundamentos teóricos que relacionam transformações técnicas a rupturas em aspectos culturais sociais e econômicos. Estes objetivos são contemplados no primeiro e segundo capítulos deste trabalho e visam: a) analisar as práticas culturais e a produção audiovisual a partir da perspectiva do materialismo cultural; b) situar e investigar a produção audiovisual na lógica produtiva da música independente; c) compreender as relações socioculturais e econômicas na produção cultural.

Não pretendemos deixar o nosso problema inicial para trás, afinal, o caminho aqui trilhado pretende fornecer condições para que se chegue à investigação da dinâmica entre audiovisual e música. Então, se tratando da

produção de vídeos musicais, não podemos deixar de identificar as relações entre estas duas atividades.

O primeiro capítulo deste trabalho se dedicou a uma pesquisa bibliográfica para discutir a produção audiovisual na música independente. Primeiramente, analisamos a produção audiovisual na música independente a partir da posição de Raymond Williams (1960; 1979; 2007; 2011) sobre cultura – o materialismo cultural – a qual a considera tanto um processo produtivo material e social, quanto o produto deste processo e seus usos sociais (CEVASCO, 2001). Esta análise ilumina um caminho para entender o debate entre o artístico e o comercial, entendendo a produção cultural como atividade econômica produtiva, visto que a cultura inserida em uma lógica de produção e consumo é essencialmente um produto de mercado inserido submetido às lógicas do sistema capitalista. A fim de analisar os aspectos simbólicos, sociais e econômicos da produção audiovisual inserida na dinâmica produtiva da música, abordamos a organização das práticas musicais a partir das noções de cena musical (STRAW 1991, 2006; HERSCHMANN, 2010; JANOTTI JUNIOR 2005; 2012; PIRES 2013), cadeia produtiva e circuito cultural (HERSCHMANN, 2010). Consideramos ainda que as renovações tecnológicas interfere no modelo hegemônico da indústria cultural, fazendo assim com que estes modelos de organização próprios dos artistas independentes sejam replicados pela indústria, deste modo discutimos ainda a própria noção do que é ser “independente” (GALLETTA, 2013; 2014; DE MARCHI, 2006; 2011; KISCHINHEVSKY; VICENTE; DE MARCHI, 2018).

Partimos então para um breve panorama histórico do videoclipe na televisão (TREVISAN, 2011; BRANDINI, 2016; BARRETO, 2005; MUANIS, 2013) e como ele migrou para ser estabelecido no YouTube como o seu principal suporte (LEOTE, 2008; BERNARDAZZI; COSTA, 2016; BURGESS; GREEN, 2009). É nesta discussão que esta o cerne do nosso trabalho, pois ela reafirma os resultados obtidos em nossa pesquisa e é aqui que retornamos ao debate entre o fazer artístico e o fazer comercial, que são próprios ao videoclipe, visto suas origens na publicidade e no cinema (MACHADO 2000; 2014; SOARES, 2012), aproveitamos também para justificar nossa preferência pelo termo “vídeo musical” em vez de videoclipe. Neste momento, elencamos produtores de registros audiovisuais

conhecidos como “sessions¹⁴”, promovidos por iniciativas que partem de diferentes origens, desde estúdios de produção musical a produtores audiovisuais iniciantes e portais de cultura. As sessões ao vivo seguem uma tendência mundial de divulgação musical na internet (BRYAN, 2011; NERCOLINI; HOLZBACH, 2009).

Uma vez estabelecido o lugar do vídeo musical no espaço virtual, continuamos a discussão tratando da articulação social no espaço virtual com base na tese de Muniz Sodré (2012) sobre o Bios Midiático e a importância de se fazer presente no regime de visibilidade pública através da gestão da imagem pública orientada pela lógica publicitária do mercado.

Descrevemos a virtualização da sociedade, discutindo espaço virtual apresentado por Sodré sem deixar de considerar a noção de ciberespaço proposta por Lévy (1999) e debatida por Felindo (2007) e Santaella (2010). Mais uma vez voltamos ao debate sobre produção e consumo, desta vez integrada à atividade cotidiana devido à portabilidade dos dispositivos móveis. Ainda com base nos pensamentos de Sodré (2012), fazemos breves considerações a pesquisa realizada no espaço virtual pressupor um recorte de classe social.

Encerramos esta primeira seção lembrando que as transformações tecnológicas e econômicas implicam em mudanças na organização social e cultural, recorrendo à noção de estrutura de sentimento (WILLIAMS, 1979) para compreender a reconfiguração dos modos de produção, lançando luz para o caminho do capítulo seguinte.

O segundo capítulo recorre à teoria da destruição criadora de Schumpeter (1997) para compreender a reconfiguração da cultura como negócio. O desenvolvimento de novas qualidades, novos serviços, novos modos de produção, novos mercados, oferecem novas combinações de se apresentar um mesmo produto ao sistema econômico. Após apresentar mudanças tanto nas estruturas da produção musical e audiovisual e nos modos de distribuição e circulação destes bens abordamos a partir desta corrente econômica um caminho para perceber capital intelectual e a criatividade como matéria prima para bens e serviços culturais.

Passamos, então, para a compreensão do gerenciamento da cultura como recurso a partir de Yúdice (2006), no sentido de uma reorientação das artes para uma administração destes recursos nas esferas social, política e econômica, o

¹⁴ Gravações de performances ao vivo.

que no caso do realizador independente faz com que ele seja empreendedor de si, gerindo sua própria produção como negócio, o artista independente se torna um empreendedor cultural. O empreendedorismo cultural é então tratado no cenário nacional a partir de Guerra e Paiva Júnior (2011) e conceitualmente embasado no entendimento de Klamer (2011). Desta forma, indicamos que a reconfiguração dos modos de produção no mercado cultural apontam um novo paradigma produtivo, negociando os valores socioculturais com os valores econômicos do produto.

O terceiro capítulo descreve todo o nosso percurso metodológico, expondo as transformações ocorridas no decorrer da pesquisa, desde a mudança de objetivo do trabalho à sua ampliação de escopo de investigação. Neste capítulo defendemos o método como processo construído na caminhada da pesquisa (HISSA, 2012; MORIN, 1999; SILVA, 2005). Explicitamos também como se deu a construção dos elementos da pesquisa, o conjunto de vídeos produzidos e tabelados disponíveis no apêndice deste trabalho. Nesta etapa também descrevemos como realizamos a coleta de dados e a caracterização da pesquisa.

O quarto capítulo apresenta a análise dos dados e os resultados da sua interpretação. Esta seção se divide em três recortes: o primeiro trata dos antecedentes históricos obtidos a partir dos catálogos do Festival Guarnicê, compreendendo o período de 1990 a 2011; o segundo momento diz respeito ao período entre 2012 e 2015, já dentro do escopo do nosso trabalho, é quando se começa a perceber as transformações na produção audiovisual e relacioná-las ao advento de novas tecnologias; o terceiro recorte conta a partir de 2016 e chega a extrapolar o nosso recorte cronológico, pois extendemos as nossas impressões até aos acontecimentos do primeiro semestre de 2019. É neste terceiro momento que se nota a mudança de paradigma estabelecido na produção e circulação. Em seguida nos dirigimos à apresentação dos resultados obtidos da análise dos dados.

Por fim, apresentamos em nossas considerações finais possibilidades para futuros estudos a partir da contribuição aqui apresentada.

2 PRODUÇÃO AUDIOVISUAL NA MÚSICA INDEPENDENTE

Este capítulo está estruturado da seguinte forma, primeiro se propõe a analisar a produção audiovisual na música independente sob duas perspectivas: uma como produto cultural e outra como processo de produção deste produto. Portanto, iniciaremos com uma breve incursão teórica sobre o materialismo cultural de Williams (1960; 1979; 2007; 2011) que compreende a cultura a partir desta abordagem. Em seguida, faremos algumas considerações sobre a produção audiovisual no processo produtivo da música independente, trazendo um breve panorama histórico sobre o vídeo musical até o seu estabelecimento no espaço virtual. As transformações tecnológicas serão abordadas como um estímulo para mudanças nos processos de produção e consumo, abrindo o debate sobre os produtos culturais enquanto arte ou mercadoria. As mudanças na relação dos indivíduos com estes novos modelos são representadas através da noção de mudanças na estrutura de sentimento colocada por Williams (1979).

2.1 A produção cultural como atividade econômica produtiva à luz do Materialismo Cultural

Raymond Williams (2011) defende o materialismo cultural como uma teoria da cultura compreendida enquanto um processo de produção e as especificações artísticas da cultura compreendidas como usos sociais dos meios materiais de produção.

O materialismo cultural é defendido pelo autor como uma “posição”, fruto de uma longa transição entre uma tradição marxista para uma visão que possa contemplar criação e produção determinadas na leitura de Cevalco (2001, p. 159) “por um modo de produção econômico cujas relações sociais são cimentadas também pela produção cultural”.

Para conceber sua teoria, Williams (2011, p. 331-332) passou por diversas etapas de transição:

As ênfases da transição – na produção de significados e valores por formações sociais específicas; no primado da linguagem e da comunicação como forças sociais formativas; e na interação complexa tanto das instituições e formas quanto das relações sociais

e convenções formais – podem ser definidas, se quisermos, como "culturalismo", e até mesmo a dicotomia (positivista) antiga e crua idealismo/materialismo pode ser aplicada se ajudar a alguém. O que eu gostaria agora de afirmar ter alcançado, mas necessariamente por essa via, é uma teoria da cultura como um processo (social e material) produtivo e de práticas específicas, e das artes como usos sociais dos meios materiais de produção (desde a linguagem como 'consciência prática' material até as tecnologias específicas da escrita e das formas de escrita, por meio de sistemas mecânicos e eletrônicos de comunicação). (WILLIAMS, 2011, p. 331-332).

Até chegar a esta posição, Williams fez várias formulações sobre os conceitos e significados de cultura ao longo de sua trajetória. Em uma delas, afirma Hall (2003), Williams traz duas ênfases: a primeira faz alusão à cultura no campo das ideias, relacionada à “[...] soma das descrições disponíveis pelas quais as sociedades dão sentido e refletem as suas experiências comuns” (HALL, 2003, p. 135); a segunda destaca a descrição das práticas sociais como documentação da cultura.

Neste sentido, Hall (2003, p. 136) afirma que a cultura não é nem uma dessas ênfases, e sim “[...] está perpassada por todas as práticas sociais e constitui a soma do inter-relacionamento das mesmas”. Portanto, a cultura seria um padrão de organização que forma o complexo dos relacionamentos sociais; E este padrão deve ser estudado percebendo **arte, produção, comércio, política e costumes como uma organização geral em um caso particular**, e não como atividades isoladas.

Em suma, Williams (1960) atribui a ideia de cultura ao registro das reações em pensamento e sentimento do curso de nossas vidas cotidianas e também da contextualização de nossas ações com os registros dos significados e definições que atribuímos. Assim, Williams (2007) afirma que cultura trata tanto de um processo abstrato, quanto do produto deste processo.

É particularmente interessante que, na arqueologia e na *antropologia cultural*, a referência a **cultura** ou a **uma cultura** aponte primordialmente para a produção *material*, enquanto na história e nos *estudos culturais* a referência indique fundamentalmente os sistemas de *significação* ou *simbólicos*. Isso confunde amiúde, mas, ainda mais frequentemente esconde a questão central das relações entre produção “material” e “simbólica”, que em algumas discussões recentes [...] foram mais relacionadas do que contrastadas. (WILLIAMS, 2007 p. 122, grifos do autor).

Os estudos culturais – campo de estudo interdisciplinar no qual Raymond Williams estava inserido ao formular o seu paradigma teórico, e do qual também faz parte Stuart Hall – trazem uma definição de cultura como a atividade da qual os seres humanos fazem sua história e que envolve todas as práticas sociais como uma forma comum da atividade humana (HALL, 2003).

Assim, cultura contempla ainda os sentidos e valores que surgem nas relações sociais dos diferentes grupos de acordo com seu momento histórico; e também as tradições e práticas que envolvem o entendimento e expressão desses sentidos e valores (HALL, 2003).

De acordo com Eagleton (2003), a noção de cultura está apoiada na vida material, ou seja, na alienação do social pelo econômico, pois nossa existência está rodeada de valor econômico, de modo que a palavra “cultura” sempre inclua a reprodução material.

Entretanto, em uma leitura sobre o materialismo cultural de Williams, Cevalco (2001) constata que a cultura não é mera reprodutora da “realidade”, mas também a produz. De modo que pensar cultura enquanto “força produtiva” faz com que o trato da produção cultural corresponda ao desenvolvimento das relações sociais de forma prática, posto que a produção cultural – e desta maneira tanto a música quanto a produção audiovisual – se insere na lógica dos meios materiais de produção e reprodução.

Williams (1979, p. 94) define “força produtiva” como “[...] todo e qualquer um dos meios de produção e reprodução da vida real”, justificando sua definição ao contrapor a ideia marxista que considera trabalho produtivo apenas aquele exercido sobre matérias-primas para gerar mercadorias. Podendo assim considerar como força produtiva aquela geradora do trabalho artístico ou intelectual.

O autor se refere a um argumento em que Marx considera produtivo o trabalho de um fabricante de pianos, mas não o de um pianista, pois o artista não reproduziria o capital. Williams (1979) declara que, ao isolar a atividade musical no “reino das artes e ideias”, estas práticas jamais poderão ser apreendidas como o que de fato são: elementos de um processo social material, de práticas produtivas com suas determinadas intenções e condições.

Williams reitera que não devemos olhar para as atividades produtivas supondo de antemão que apenas algumas delas são materiais, e recorrendo a uma lógica comum a atividade artística. Podemos afirmar que o trabalho do pianista é tão

material quanto o do fabricante, pois sem pianistas, não há pianos a serem fabricados, e sem considerar o valor econômico do trabalho artístico, não há pianos a serem comercializados.

Essa analogia ficará mais clara quanto apresentarmos a discussão entre o artístico e o comercial nos vídeos musicais. Mesmo a produção cultural mais “artística” encontra sua materialidade nas relações socioeconômicas.

De acordo com Cevasco (2001, p. 148), “[...] o objetivo do materialismo cultural é definir a unidade qualitativa do processo sócio-histórico contemporâneo e especificar como o político e o econômico podem e devem ser vistos nesse processo”. Segundo a autora, com as mudanças nas formas de comunicação a partir de novas mídias – e no momento em que Williams surge com o materialismo cultural, as novas mídias eram a televisão e o cinema –, vivemos em um mundo em que se tornou impossível separar as questões culturais das questões políticas e econômicas, questões estas que aparecem cada vez mais nítidas no cenário no qual este trabalho pretende estudar. Portanto, compreendendo cultura como produção – de acordo com a posição do materialismo cultural –, devemos considerar os produtos da cultura como práticas sociais, e não como “objetos”, pois, “[...] o objetivo da análise materialista é desvendar as condições dessa prática e não meramente elucidar os componentes de uma obra” (CEVASCO, 2001, p. 160).

No mesmo sentido, Santaella afirma que entender a cultura enquanto processo produtivo é essencial para entender a dinâmica cultural. Partindo deste ponto de vista, a autora divide o aspecto produtivo em quatro níveis:

- a) o nível da produção em si;
- b) o da conservação dos produtos culturais, ligados a memória;
- c) o da circulação e difusão, ligados a distribuição e comunicação dos produtos culturais;
- d) o da recepção desses produtos, isto é, como são percebidos, absorvidos e consumidos pelo receptor. (SANTAELLA, 2010, p. 54).

Para buscar respostas sobre a produção cultural, a autora argumenta que devem ser feitos os seguintes questionamentos: onde e quando, por quem, como e para quem ela é produzida. Além destes, temos o questionamento central: que tipo de produto cultural está sendo produzido.

Com base nestes questionamentos e na compreensão de cultura proposta por Williams, tentaremos aqui situar a produção audiovisual no processo produtivo da música independente.

2.2 O som que precede a imagem: o processo produtivo na música independente

Antes de descrever o processo produtivo na música independente a partir da divisão proposta por Santaella (2010), cabem aqui algumas considerações sobre o que pode ser considerado um artista de música independente.

Conforme pontua Vaz (1988), há três níveis de independência artística, e Monteiro (2013) acrescenta um quarto a esta relação. O primeiro nível é o do artista autônomo, responsável integralmente pelas ações e custos da produção, como composição, distribuição e divulgação. O segundo é o de associação cooperativa, quando relações de parceria são firmadas por artistas para organizar a execução das etapas produtivas. O terceiro nível envolve a indústria independente, em que o artista mantém a autonomia produtiva, artística e criativa do seu trabalho, apesar de se relacionar com produtoras, selos ou gravadoras independentes, que respondem por etapas de produção como a distribuição e divulgação. O quarto nível, incluído por Monteiro (2013), trata dos artistas que se utilizam de recursos estatais, seja através de editais, patrocínios ou leis de incentivo à cultura.

Em todos os níveis citados acima, o artista tem a liberdade para constituir seus próprios sistemas de articulação e redes de negócio, tendo o controle das etapas de produção, circulação e consumo. De acordo com Pires (2013, p. 42):

O significado de “independente” foi transformado com o passar dos tempos. Hoje em dia, as fronteiras ficaram mais fluidas e dinâmicas, “ser independente” está ligado não só a custear o disco do próprio bolso ou não fazer parte de uma grande gravadora, existem, sim, diversas outras práticas e valores atribuídos pelas bandas, jornalistas e público que respondem esta questão.

Galletta (2014) resgata um questionamento levantado por Vaz (1988) sobre a condição de ser independente pressupor apenas o modo de produção autônomo e suas características econômicas ou também refletir a tomada de valores estéticos e políticos.

Fazendo um retrospecto do percurso histórico das práticas independentes no Brasil, Galletta (2014) aponta que o principal objetivo dos independentes nos anos 90 era ter um contrato com uma grande gravadora. Este contexto foi transformado a partir da digitalização das tecnologias de estúdio e do uso da internet, criando novas dinâmicas de produção, distribuição e consumo. Dos anos

2000 em diante, o objetivo dos artistas independentes passa a ser o de estabelecer um “[...] circuito articulado de eventos voltados para o fomento do mercado nacional independente” (GALLETTA, 2014, p. 66)

No quadro atual, é notado que no Brasil, o que se identifica como música independente¹⁵ se relaciona a propostas musicais direcionadas ao consumo de nicho, ou seja, a um público mais restrito que conserva um alto grau de identificação sociocultural com os artistas, e estes se diferenciam dos conteúdos e linguagens destinados ao grande público e aos meios massivos (GALLETTA, 2014).

As propostas musicais identificadas como independentes se beneficiam da internet e das redes sociais que favorecem a economia de nicho (ANDERSON, 2006) através de canais e ferramentas que possibilitam cultivar segmentos e mercados de identificação mútua.

Estas propostas musicais, afirma Galletta (2014), são diversas no sentido estético, musical, cultural, político e, com as inovações tecnológicas, também podem se diversificar quanto aos modos de produção e à tomada de valores do “independente”, visto que:

[...] é importante também notarmos tratar-se aqui de mercados que, com **a cultura digital**, passam a se estabelecer em circuitos crescentemente **autônomos** em relação ao universo das grandes gravadoras. Podemos pensar que há aí, de fato, um componente estético-político comum importante – ainda que abrangente ou nem sempre discursado e explicitado – que estaria associado ao aproveitamento, por parte destes artistas, das novas tecnologias emergentes no sentido da efetivação de processos de liberdade criativa e de criação e afirmação de novas realidades simbólicas e circuitos de fruição artístico-cultural. Ainda quando o “independente” se refira “apenas” a um modo técnico-econômico de produção fonográfica e musical. (GALLETTA, 2014, p. 72, grifo nosso).

Percebemos, então, que o artista independente não é autossuficiente, mas a “música independente” em si pode configurar um sistema com certo nível de autonomia, garantindo liberdade criativa e administrativa.

¹⁵ Galletta (2014) nota que produções musicais voltadas ao consumo de públicos massivos como o tecnobrega do Pará, o arrocha da Bahia e o funk carioca, ainda que sejam produzidas economicamente de forma autônoma, não fazem parte do que se categoriza como “cena independente brasileira”, ressaltando esta definição é “objeto de disputa simbólica, estética e política” (2014, p. 69). Para uma discussão aprofundada acerca desta problematização, ver Galletta (2013).

Com o estabelecimento das plataformas digitais de streaming¹⁶ como Deezer¹⁷, Spotify¹⁸, Google Play Music¹⁹ e Apple Music²⁰ surge outra questão em relação à independência. Para estar nestas plataformas, o artista independente deve se filiar a um agregador de conteúdo²¹ que intermedia esta relação, sendo que muitos destes estão ligados a grandes selos e *majors*²². Frente a esta nova configuração Kischinhevsky e Herschmann (2011) avaliam que:

Corre-se o risco de concentração empresarial sem precedentes no mercado da música, devido à ascensão de novos intermediários que selam parcerias milionárias com as *majors* e não remuneram devidamente os artistas. (KISCHINHEVSKY; HERSCHMANN, 2011, p. 10).

Frente a estes novos modelos de negócio, o “custo zero” que havia na distribuição em plataformas digitais entre o fim dos anos 2000 e início dos anos 2010, como Myspace, Soundcloud – que, apesar de ainda persistirem, têm caído em desuso – transforma-se em um custo mínimo, que requer uma organização financeira para a subsistência da atividade.

A organização financeira pode ser caracterizada como uma função administrativa que excede a atividade artística. Neste sentido, Bertsch (1993 apud SHUKER, 1999, p. 51) sugere que a condição de “ser independente” se aproxima bastante do espírito empreendedor capitalista, como atividade autônoma e descentralizada.

De acordo com Herschmann (2010a), economia e cultura estão interligadas e são condicionantes da realidade no estudo da indústria da música.

¹⁶ Forma de transmissão simultânea de conteúdos multimídia em que o usuário visualiza o conteúdo ao mesmo tempo em que recebe as informações digitais, sem a necessidade de armazená-las na memória física do aparelho que acessa a plataforma.

¹⁷ <http://www.deezer.com/br/>

¹⁸ <https://www.spotify.com/>

¹⁹ <https://play.google.com/music/listen?u=0#/sulp>

²⁰ <https://www.apple.com/br/music/>

²¹ Os agregadores de conteúdo “prometem não apenas infraestrutura para digitalização e inserção de metadados, mas também distribuição a diversas plataformas, gerenciamento da monetização dos conteúdos, marketing digital, administração de canais de comunicação com o público nos serviços de streaming e outras mídias sociais, obtenção de licenças para comércio digital de obras etc.” (KISCHINHEVSKY; VICENTE; DE MARCHI, 2018, p. 31).

²² “(...) gravadoras de atuação globalizada e/ou ligadas aos grandes conglomerados de comunicação existentes no país. Essas empresas tendem a operar com a difusão maciça de alguns poucos artistas e álbuns (blockbusters), baseando sua estratégia de atuação na integração sinérgica entre áudio e vídeo que a forma de conglomerado lhes possibilita” (VICENTE, 2006, p. 02).

Portanto, os processos de produção têm que ser levados em conta neste tipo de estudo. Acerca destes processos, principalmente quando se trata de música independente, podemos perceber as estratégias econômicas como fenômenos culturais e sociais ao afirmar que:

[...] os processos de produção não são apenas estruturas objetivas, são também processos culturais sedimentados em reuniões, assembléias, crenças e hábitos, ou seja, as medidas administrativas tomadas pelas organizações são também de caráter subjetivo, ainda que isso não seja assumido publicamente pelos atores sociais. (HERSCHMANN, 2010a, p.09).

É preciso, assim, compreender a dinâmica em torno da produção cultural para perceber o papel destes diferentes atores sociais.

2.2.1 A dinâmica produtiva na música independente

No âmbito da música independente, seguindo os quatro níveis sugeridos por Santaella (2010) para compreender a dinâmica da produção cultural, o nível da produção é o primeiro e é formado pelos seguintes processos: composição, criação dos arranjos, execução musical, registro fonográfico, mixagem, masterização e duplicação ou prensagem.

A primeira etapa do nível da produção é o processo de composição da obra musical, que consiste em criar harmonia, melodia, e no caso de canções, letra. Este processo pode ser individual ou coletivo, entre o artista e integrantes da banda, podendo incluir também terceiros: compositores parceiros, produtores musicais ou ainda o público, que pode ser um coautor junto ao artista²³.

A criação dos arranjos também se instala no nível da produção. Esta etapa pode ser realizada concomitantemente ao ato da composição ou executada após, com base na obra já criada. Segundo Aragão (2001), este processo consta em organizar e estruturar os sons disponíveis e as formas de executá-las para atingir determinada intenção. Assim, o arranjo pode ser entendido como um recurso

²³ Um exemplo desta modalidade é o cantor Leoni, que entre 2009 e 2012 lançou quatro concursos de composição em que os fãs poderiam escrever uma letra para uma melodia composta pelo artista. Disponível em: <<http://estrombo.com.br/?p=2215>>. Acesso em 04 mai 2018.

estético e estilístico, relacionado diretamente com o gênero da peça musical arranjada.

Após a definição da composição e dos arranjos, segue-se para o registro fonográfico da execução musical, que se situa na intersecção entre os níveis de produção e conservação. Esta etapa consiste na captação e edição das faixas de áudio, que podem ser feitas isoladamente – cada instrumento gravado em trilhas de áudio separadas e reunidos depois no processo de edição – ou em conjunto – todos os instrumentos executados simultaneamente; também referida como gravação ao vivo ou *take one*. A edição funciona para corrigir imperfeições da captação, possíveis erros de execução e ajustes de tempo.

As etapas seguintes são a mixagem e a masterização. A primeira consiste em combinar as diferentes faixas de áudio captadas em uma só através de diversos processos técnicos que ajustam os níveis e frequências dos áudios que formarão o produto final, a música. Já o segundo processo, a masterização, se resume em revisar a mixagem, corrigindo possíveis falhas e preparando o trabalho artístico para a distribuição.

A figura do produtor musical é essencial para a produção fonográfica. Ele pode estar presente desde a primeira etapa da produção ou apenas em algumas, da mesma forma que um artista pode produzir um trabalho com mais de um produtor musical, trabalhando em conjunto ou dividindo as etapas. A atuação do produtor, nesta etapa, é descrita por Dias (2000 p. 91):

A partir de um trabalho altamente técnico e especializado, o produtor musical concilia interesses diversos, tornando o produto musicalmente atrativo e economicamente eficiente; (...) O trabalho do produtor musical tem dimensão ampla e se realiza em várias etapas do processo. Coordena todo o trabalho de gravação, escolhendo os músicos, arranjadores, estúdio e recursos técnicos. Pensa na montagem do disco, na sequência em que as músicas devem ser apresentadas e escolhe as faixas de trabalho.

A etapa seguinte, a da duplicação ou da prensagem, entrelaça os níveis da produção, da conservação e o da distribuição. Ambos os processos se resumem em multiplicar os dados de um disco.

De acordo com site da empresa Digital Master²⁴, a duplicação se trata “[...] do armazenamento dos dados em uma matriz (máster) e em seguida copiá-los para a mídia virgem em torres profissionais”, enquanto na prensagem “[...] o processo é industrial, cria-se um *stamper* para ser replicado. Logo após dá-se o início à fabricação das mídias através de injeção de policarbonato em injetoras industriais específicas”. Esta etapa finaliza a produção, compõe a conservação da memória e precede a circulação.

Conservação e circulação, segundo e terceiro níveis propostos por Santaella (2010) para o entendimento da dinâmica cultural são diretamente ligados entre si. A produção e distribuição promocional e comercial da mídia física, a distribuição nas plataformas de streaming, o compartilhamento das músicas e vídeos em redes sociais e o registro midiático com a difusão em emissoras de rádio e TV contemplam estes níveis.

Prossegue-se então, para o quarto e último nível, o da recepção, o qual também pode acontecer em diferentes contextos: audição de música ao vivo; em dispositivos móveis; em mídia física; em emissoras de radiodifusão; ou através de meios audiovisuais. Cabe ainda ressaltar que “[...] a difusão é, por excelência, um espaço de mercado, o início da ligação direta entre o produtor e seu consumidor potencial” (DIAS, 2000, p. 157), e como foi descrito, é possível perceber que até o produto musical chegar ao destino final, ele passa por etapas e processos que envolvem diversas pessoas.

Diferente da lógica de mercado de grandes gravadoras – as *majors* – em que uma empresa toma conta de todos os processos que envolvem a produção musical, o mercado da música independente funciona de maneira “colaborativa” entre artistas, produtores associados e redes de parceiros. Neste sentido, os vínculos e articulações informais marcados por questões ideológicas, sociais ou econômicas, caracterizam a atividade independente (HERSCHMANN, 2010b).

Este panorama da música independente reforça a inseparabilidade das questões políticas e econômicas às culturais, conforme exposto na seção anterior, e justifica a escolha do materialismo cultural de Williams para embasar este trabalho.

²⁴ DIGITAL MASTER BH. Prensagem de Cds e DVDs. Disponível em: <<http://www.digitalmasterbh.com.br/prensagem-de-cds-e-dvds/>>. Acesso em 23 jun 2017.

Portanto, para compreender a organização das práticas musicais e do mercado da música independente, passaremos brevemente pelas noções de cena musical, circuito cultural e cadeia produtiva.

2.2.2 Cenas musicais, circuitos culturais e cadeias produtivas: articulando fatores sociais, econômicos e simbólicos e a reconfiguração da indústria fonográfica

No contexto de constantes adaptações das tecnologias de informação e comunicação aos processos de produção, circulação e consumo de música, há uma crise no modelo hegemônico da indústria cultural. De acordo com os relatórios da Federação Internacional da Indústria Fonográfica (International Federation of Phonographic Industry, IFPI) (2016; 2017; 2018), entre 2000 e 2009 arrecadação da indústria fonográfica internacional teve uma queda de 53,92%, caindo de 36,9 bilhões de dólares em 2000 para 17 bilhões em 2009. Como reação se deu partida em um novo momento econômico, social e cultural: o fomento de um mercado fonográfico digital chancelado pelos agentes tradicionais da indústria fonográfica (grandes gravadoras, editoras e artistas) (DE MARCHI, 2011).

Estudos mais recentes (KISCHINHEVSKY; VICENTE; DE MARCHI, 2018) apontam 2015 como o ano de retomada do crescimento econômico na indústria fonográfica, arrecadando 14,7 bilhões de dólares, com as vendas digitais, representando 45% dos rendimentos mundiais (IFPI, 2016). Em 2017, a arrecadação foi de 17,3 bilhões de dólares com 54% de vendas digitais, e apesar de ter sido o terceiro ano consecutivo de crescimento depois de 15 anos de queda, o rendimento equivale a apenas 68,4% de 1999, ano que antecede esta crise (IFPI, 2018).

A perda do controle sobre os meios de distribuição e a democratização dos meios de produção fez com que os lucros das grandes gravadoras e editoras multinacionais ficassem instáveis. Com a retomada de “[...] uma lógica de consumo remunerado de música”, as novas especificidades oferecem ao artista independente e ao *mainstream*²⁵ condições similares. (KISCHINHEVSKY; VICENTE; DE MARCHI, 2018, p.27)

²⁵ O termo *mainstream* vem da língua inglesa com o significado de “corrente principal” e é utilizado na música para se referir aos artistas que estão ligados aos principais meios de comunicação e gravadoras

Herschmann (2010a) sugere que a própria noção de “indústria cultural” seja repensada para um quadro conceitual que possibilite uma abordagem da “[...] dinâmica contemporânea mais segmentada, interativa e fluida no campo da produção de produtos culturais” (HERSCHMANN, 2010a, p.21).

A crítica ao termo cunhado por Horkheimer e Adorno (2002) é colocada em discussão por De Marchi (2011). Em sua leitura, indústria cultural é definida como um sistema de produção de bens que instrumentaliza a cultura, racionalizando todas as esferas da vida a fim de saber e controlar, com um papel disciplinador, reduzindo o nível psicológico do indivíduo a uma normalização das massas.

A discussão colocada por Horkheimer e Adorno (2002) põe a arte enquanto instrumento de dominação social, uma vez que ela é submetida aos processos técnicos industriais de reprodução, sendo “coisificada”.

A principal crítica ao termo parte do fato de que cada tipo de bem cultural possui suas particularidades de produção e reprodução, abrindo espaço para o entendimento de uma diversidade de “indústrias culturais”, funcionando a partir de diferentes “lógicas sociais” (DE MARCHI, 2011).

Estas lógicas sociais seriam um conjunto de ações estabelecidas durante certo período pelas quais os atores envolvidos se submeteriam sendo afetados pela sua estrutura social ao mesmo tempo em que afetariam esta estrutura (MIÈGE, 1987 apud DE MARCHI, 2011).

Neste momento, surgem novas categorias conceituais em discussão para abranger o fenômeno musical em suas relações sociais, econômicas e simbólicas e se diferem de acordo com seus níveis de formalidade e estabilidade da estrutura, são elas: cenas musicais; circuitos culturais; e cadeias produtivas.

Para dar conta da dinâmica da música independente, Herschmann (2010a) parte do pressuposto de que as noções de cenas e de circuito se adequam mais a este fenômeno.

O autor entende cadeia produtiva como estruturas institucionalizadas e definidas como “[...] o conjunto de atividades que se articula progressivamente, desde os insumos básicos até o produto/serviço final (incluindo as etapas de distribuição e comercialização)” (HERSCHMANN, 2010a, p.24), funcionando de acordo com normas impessoais pré-estabelecidas e contratos de trabalho. Essa definição se assemelha a procedimentos de produção industrial, portanto é uma

lógica que se adaptaria mais à dinâmica produtiva do mercado das grandes gravadoras.

Já os circuitos culturais possuem ao mesmo tempo níveis de institucionalidade e de informalidade, se apresentando em territórios delimitados geograficamente ou simbolicamente (circuitos territorializados) e identificados pela ação de atores nos processos e dinâmicas sociais, comerciais e sensíveis (HERSCHMANN, 2010a). Por sua vez, as cenas musicais podem ser compreendidas como redes de afetividade e sociabilidade em torno de certas práticas culturais demarcadas geograficamente e fomentadas por um conjunto de atividades microeconômicas, que conectam estas práticas à cidade (STRAW, 2006).

A categoria “cena musical”, enquanto objeto de estudo acadêmico, se originou no Canadá através da pesquisa de Will Straw (1991), considerando a relação de diferentes práticas musicais em um determinado espaço geográfico. O termo “cena”, para referir relações entre espaço e música, foi inicialmente empregado por jornalistas norte-americanos para descrever o estilo de vida relacionado à prática do jazz na década de 1940, e posteriormente adotado ao vocabulário de músicos, críticos e jornalistas culturais (BENNETT; PETERSON, 2004).

Os estudos sobre cenas musicais chamam atenção para a importância dos atores sociais envolvidos nas práticas musicais, das estruturas microeconômicas desenvolvidas ao seu redor, das experiências sensoriais e estéticas quanto à fruição da música, e da ocupação dos espaços por onde estas práticas acontecem (JANOTTI JUNIOR, 2012).

Pires (2013, p. 44) nota em sua pesquisa a exigência de três fatores para o reconhecimento de uma cena musical: “1) a pluralidade de gêneros das bandas envolvidas; 2) o individualismo vs sentimento de comunidade partilhado entre as bandas; 3) a sustentabilidade da cena”.

A sustentabilidade é uma das principais questões neste trabalho. Straw (1991) defende a necessidade de sistemas de articulação para consolidar uma cena, e estes são compostos pelas relações sociais e lógicas econômicas que colocam em diálogo: criação, produção cultural, mercado, consumo, apropriações de espaço e circulação de afetos (JANOTTI JÚNIOR; PIRES 2011).

Enquanto redes de afetividade e sociabilidade, as cenas musicais revelam uma “[...] flexibilidade de fluidez das práticas musicais contemporâneas” (SÁ, 2011,

p.152). Straw (2006) sugere ainda que as unidades culturais representadas por cenas musicais têm seus limites fluidos e indefinidos.

Na discussão sobre a noção de cena musical, Sá (2011, p. 157) considera que ela está relacionada às práticas musicais e às apropriações do espaço urbano referindo-se:

a) A um ambiente local ou global; b) Marcado pelo compartilhamento de referências estético-comportamentais; c) Que supõe o processamento de referências de um ou mais gêneros musicais, podendo ou não dar origem a um novo gênero; d) Apontando para as fronteiras móveis, fluidas e metamórficas dos grupamentos juvenis; e) Que supõem uma demarcação territorial a partir de circuitos urbanos que deixam rastros concretos na vida da cidade e de circuitos imateriais da cibercultura, que também deixam rastros e produzem efeitos de sociabilidade; f) Marcadas fortemente pela dimensão midiática.

As cenas musicais são comumente atribuídas ao processamento de gêneros musicais, pois, conforme indica Janotti Júnior (2005, p. 5), os gêneros seriam um mecanismo que “[...] delimitam as produções de sentido, demarcando a significação e os aspectos ideológicos dos textos, bem como o alcance comercial (e o público alvo) dos produtos midiáticos”, sendo assim “[...] modos de mediação entre as estratégias produtivas e o sistema de recepção, entre os modelos e os usos que os receptores fazem desses modelos através das estratégias de leitura dos produtos midiáticos” (JANOTTI JUNIOR, 2005, p.5).

Apesar do raciocínio aludido acima, já foi percebido anteriormente no contexto ludovicense (BATISTA, 2014), e também no caso paulistano (GALLETTA, 2013; 2014), que o compartilhamento de práticas, valores e processos referentes à condição de ser independente pode caracterizar uma cena musical, além da pluralidade de gêneros, já notada por Pires (2013).

Posto que o conceito de cena aplicado empiricamente pode “[...] ajudar a compreender a dinâmica de forças – sociais, econômicas, institucionais – que afetam a expressão cultural coletiva, por meio da investigação da mecânica social associada à produção musical” (FREIRE FILHO; FERNANDES, 2005, p. 6), as relações entre cenas musicais e forças produtivas intermediadas por vínculos informais e afetivos envolvem assim diferentes atores nas etapas de produção, circulação e consumo dos produtos culturais (PIRES, 2013).

Entretanto, é válido pontuar que outros autores afirmam ainda sobre a instabilidade das cenas musicais, visto que “[...] é possível que uma cena se erga e se corra devido a momentos históricos distintos” (BEZERRA; ALONSO; REITCHEL, 2016, p.03).

Deste modo, o estudo do mercado da música independente requer um estudo das relações sociais, econômicas e simbólicas entre os diversos atores sociais que interferem nas práticas culturais relacionadas à produção musical. Estas relações ocorrem em espaços físicos e virtuais que compõem a cidade, ou seja, um espaço urbano, Janotti Júnior ressalta a participação destes outros atores, além dos músicos, que contribuem para uma cena:

A formação de uma cena, local em que também é possível o reconhecer a participação atores sociais envolvidos na cadeia produtiva da música, desde a sua composição e gravação até o seu consumo final, subentende uma série de implicações. A principal delas é o desenvolvimento social e econômico do espaço urbano, através da formação de um grupo que se “identifica” com a cena e atua na disseminação da informação e conhecimento dentro da cena, forjando redes sociais, afetivas e mercadológicas ao redor de certas práticas musicais. (JANOTTI JÚNIOR, 2012, p.12).

Estamos assim falando de cultura urbana, que segundo Castells (1983) se define pela produção da cultura de um sistema específico de relações sociais por um determinado quadro ecológico. Considerando como quadro ecológico, a cidade e sua extensão virtual.

Canclíni (2008) defende a redefinição sociocomunicacional do espaço urbano como complemento do caráter socioespacial das grandes cidades de forma a rearticular os meios no desenvolvimento da cidade. Redefine-se, então, a noção de urbano, pois as redes informacionais e comunicacionais servem de compensação aos fragmentos urbanos (CANCLÍNI, 2011).

Portanto, para compreender a realidade sociocultural e econômica do universo da música e a estruturação das dinâmicas das práticas musicais, é impreterível analisar as relações que se dão tanto em espaços físicos quanto em redes virtuais. E um dos atores que se tem mostrado cada vez mais presente nas cenas musicais é o produtor audiovisual.

2.3 Além do videoclipe: o audiovisual na música independente

Em uma leitura da obra do sociólogo Simon Frith, Janotti Júnior (2011) demonstra a importância do alinhamento sobre Estética, Sociologia e Economia da Comunicação para discutir autonomia, valor cultural e artístico da música – envolvendo seus contextos discursivos, a circulação e os aspectos estéticos. A produção de sentido na música envolve sistemas de significação e representação cultural que organizam processos de identidades, valores ideológicos e estéticos ligados à lógica produtiva, sistemas de articulação e redes de negócio.

Herschmann (2010a) afirma que intermediários culturais passam a ser fundamentais na articulação de um campo de significados aos produtos e serviços de forma a estabelecer uma identificação mais clara e efetiva entre os produtos e os consumidores. Entre publicitários, designers, jornalistas culturais, fotógrafos e outros intermediários culturais, o produtor audiovisual tem aparecido cada vez mais na lógica produtiva da música independente.

Um dos motivos da presença maciça da produção audiovisual na música independente, além da facilidade do acesso às tecnologias e meios de produção e divulgação (DE MARCHI, 2006; GALLETTA, 2013; 2014; BATISTA, 2014), pode se dar pela diversidade de possibilidades de linguagens audiovisuais relacionadas à música às inúmeras experiências de formato para o produto de vídeo na internet, com a popularização do YouTube (CORREA, 2010).

2.3.1 Breve panorama histórico do surgimento do videoclipe na televisão e a era MTV

O videoclipe é o gênero audiovisual musical por excelência. Soares (2009, p.18) postula que videoclipe é a “[...] união entre música e imagem com a finalidade de geração de um produto audiovisual que sirva como base para a divulgação de uma canção”. Trevisan (2011) admite que, além de promover uma música ou artista, o videoclipe pode ser um bem de consumo enquanto produto cultural de videoarte ou ainda figurar enquanto conteúdo de entretenimento para preencher a programação em canais de TV.

Portanto, o videoclipe tem origem publicitária e também carrega características do cinema, da televisão e das artes experimentais, que contribuíram

para sua gênese. Ainda assim, afirma Trevisan (2011), em comparação a estes outros produtos audiovisuais, o videoclipe pode ser produzido com um custo relativamente baixo, mantendo um bom potencial de distribuição.

Barreto (2005) afirma que a gênese do videoclipe como formato audiovisual começa a se consolidar entre as décadas de 1960 e 1970, quando as gravadoras passaram a produzir vídeos de divulgação dos artistas, os *promos* que consistiam em sua maioria de registros de apresentações ao vivo. Esta iniciativa das gravadoras foi motivada pelo fato de ser mais economicamente viável e logisticamente conveniente a distribuição destes vídeos do que a presença daqueles artistas e bandas ao vivo nos programas de TV da época.

Já do final da década de 1970 para os anos 1980 os vídeos musicais se estabelecem nas programações televisivas. Barreto (2005) ressalta a estreia do primeiro programa dedicado à exibição de videoclipes na Inglaterra em 1979, *The Kennedy Everett Video Show*, da emissora BBC; e a inauguração da MTV nos Estados Unidos em 1981, que viria a redefinir a ideia de videoclipe além de ser a principal responsável pela difusão do gênero.

A MTV surge como um canal pago de TV a cabo dedicando suas 24h exclusivamente à música, funcionando como uma rádio visual (TREVISAN, 2011). Futuramente, o canal extenderia suas atividades se tornando um conglomerado midiático presente em mais de 160 países. A chegada da MTV ao Brasil se deu apenas no final de 1990 (BARRETO, 2005), sob a administração do Grupo Abril e foi a primeira franquia da MTV a estreiar em sinal aberto (MUANIS, 2013).

Na TV brasileira o videoclipe começa a aparecer a partir dos anos 1970 como atração de programas como o *Fantástico*, da Rede Globo (MUANIS, 2013), e também em programas musicais em finais de semana, como o *Som Pop*, da TV Cultura (BRANDINI, 2006). Vale ressaltar que os artistas que ocupavam estes espaços eram ligados às grandes gravadoras da época.

Com a chegada da MTV no Brasil, cria-se um espaço para a cultura jovem, que vai além do videoclipe, a emissora se torna “[...] um verdadeiro centro de referência para tudo o que acontecia no universo do rock e do pop” (BRANDINI, 2006, p. 3). Os anos 1990 marcam o surgimento de um “rock alternativo” representado pelo grunge, gênero musical que resultara da fusão de estilos que despontaram nos anos 1980, que seria muito difundido pela MTV Brasil. Brandini

(2006) lembra que essa nova sonoridade advinha com um novo discurso caracterizado pelo:

[...] individualismo, a indiferença, o ecletismo e a crescente integração aos meios de produção, iniciada nos anos 1980. A predominância do individual sobre o coletivo acompanhada pela angústia de um viver descrente e sem princípios são elementos que influenciaram a música presente na MTV Brasil da década de 1990. Os valores humanos, outrora defendidos pela geração hippie, cederam lugar para o avanço da relação entre o indivíduo e a tecnologia, o que ficava exposto na linguagem visual dos videoclipes daquela década. (BRANDINI, 2006, p.3).

Essas características representaram uma transformação cultural que também alcançou o desenvolvimento de novos modos de produção, mercado e consumo estimulados pela MTV Brasil, que oferecia a possibilidade para artistas iniciantes divulgarem seu trabalho a partir de “vídeos caseiros”. Dessa forma, a MTV acaba por criar uma demanda, colocando uma ordem nas relações entre indústria televisiva, fonográfica e cinematográfica (TREVISAN, 2011).

Trevisan afirma que no início da presença do videoclipe nas TVs – tanto no cenário nacional, quanto no internacional –, sobretudo na década de 1980, o investimento da produção partia mais das próprias emissoras de TV, de forma a oferecer um conteúdo especializado para o público jovem, do que da indústria fonográfica, que preferia não dedicar grandes orçamentos para um produto incerto (TREVISAN, 2011).

A MTV Brasil chegou a financiar 20 videoclipes de artistas nacionalmente reconhecidos realizados por “[...] jovens diretores de produtoras independentes” (MUANIS, 2013, p. 61). O contexto político dos anos 1990 com a extinção da Embrafilme e das políticas para o audiovisual pelo governo de Fernando Collor levou o desemprego para o mercado cinematográfico. Para contornar esta situação, muitos realizadores se voltaram para a publicidade e para a produção de videoclipes, o que acarretou no surgimento de várias produtoras independentes, que posteriormente atuavam no cinema, como a Conspiração Filmes, a Vídeo Filmes e a TV Zero (MUANIS, 2013).

A maioria das produções dos anos 1990 acabou sendo assinada por estes profissionais que atuavam na publicidade ou por aspirantes a cineastas que precisavam atuar no mercado de videoclipes enquanto não era possível assinar um longa-metragem (BRANDINI, 2006, p.14).

Para estes realizadores, o lucro nem sempre era vislumbrado, o desejo de produzir um videoclipe fez com que muitos abrissem mão do cachê para que o investimento disponível fosse destinado à produção, já que para tornar o trabalho realidade, era necessário cobrar preços mais acessíveis aos artistas.

Hugo Prata, diretor de filmes publicitários e detentor do prêmio de melhor direção do MTV Awards Brasil de 1997 com o clipe “Alma não tem cor” da banda Karnak, afirma em entrevista para Brandini (2006) que não ganhava dinheiro fazendo videoclipe, pois via neste tipo de produção uma alternativa para trabalhar o lado artístico de sua profissão:

No videoclipe tenho liberdade total para produzir o trabalho da forma que eu quiser e exercitar a criatividade. Além disso, como publicitário eu era mais um diretor de filme, agora como diretor de videoclipe, o prêmio me deu prestígio e notoriedade. Assim, hoje eu sou mais conhecido como diretor premiado que como publicitário”. (PRATA apud BRANDINI, 2006, p. 13).

É impossível negar as origens publicitárias do gênero videoclipe. Além disso, vemos que a linguagem audiovisual publicitária acaba se perpetuando a partir da origem dos produtores. Brandini defende que é isso que distingue o videoclipe de outras formas de interação entre música e audiovisual,

[...] os filmes de rock do passado e os programas de TV de música pop buscavam transmitir visualmente a experiência da música. Em contraste, videoclipe concebe a música com a linguagem das imagens pertencentes à publicidade, e isso segue a sua estética própria, a qual necessariamente penetra na música. (BRANDINI, 2006, p. 4).

A MTV Brasil fez mais do que difundir e incentivar a produção de videoclipes. Se por um lado os videoclipes promovem a imagem do artista como modelo de consumo, “[...] fantasias, ideais e aspirações para os fãs” (BRANDINI, 2006, p. 6), por outro, a MTV promove o videoclipe como parte da produção musical. Com isso, o videoclipe deixa de ser objeto de promoção de um produto, para ser um produto por si só. Portanto, afirma Trevisan (2011, p. 39), o vídeo musical “[...] é tanto um produto industrial comercial, quanto uma forma cultural”.

A MTV faz despontar a cultura do videoclipe até certo ponto em que “[...] para muitas bandas, o lançamento de um clipe antecede o lançamento de álbum”

(BRANDINI, 2006, p.11), fazendo com o que a produção audiovisual figure de fato como parte da produção musical. Em escala mundial, a divulgação de um videoclipe, segundo Brandini, permite alcançar o mesmo efeito de uma turnê mundial com um custo bem menor. Em um nível mais local, voltado para a produção independente, um vídeo musical tem a capacidade de “vender” a banda e sua imagem não só para o público, mas para produtores de shows e festivais de outras cidades, estados e países.

Outros canais de TV não exclusivos de música passam a dedicar programas para a exibição de videoclipes a partir dos anos 2000, tanto na TV a cabo, como o Multishow com o programa TVZ, quanto na TV aberta, como a Rede Bandeirantes, com o Clipmania (TREVISAN, 2011). Surgiram também novos canais dedicados à música e cultura jovem, como a MIX TV em 2005 e a Play TV em 2006, além do VH1, outro canal musical pertencente à rede da MTV Networks (TREVISAN, 2011).

Nos anos 2000, mais precisamente em junho de 2005, seria lançado o YouTube, fundado por ex-funcionários do site especializado em pagamento online PayPal e comprado posteriormente pelo Google em outubro de 2006 (BURGESS; GREEN, 2009). Apesar de não ser a primeira e nem a única plataforma de distribuição e circulação de vídeos on-line, o YouTube chega ao patamar de principal repositório de mídia da internet, se tornando uma plataforma integrada ao cotidiano das pessoas (MOTA; PEDRINHO, 2009). Burgess e Green descrevem a novidade:

A inovação original era de ordem tecnológica (mas não exclusiva): o YouTube era um entre os vários serviços concorrentes que tentavam eliminar as barreiras técnicas para maior compartilhamento de vídeos na internet. Esse site disponibilizava uma interface bastante simples e integrada, dentro da qual o usuário podia fazer o upload, publicar e assistir vídeos em streaming sem necessidade de altos níveis de conhecimento técnico e dentro das restrições tecnológicas dos programas de navegação padrão e da relativamente modesta largura de banda. O YouTube não estabeleceu limites para o número de vídeos que cada usuário poderia colocar on-line via upload, ofereceu funções básicas de comunidade, tais como a possibilidade de se conectar a outros usuários como amigos, e gerava URLs e códigos HTML que permitiam que os vídeos pudessem ser facilmente incorporados em outros sites, um diferencial que se aproveitava da recente introdução de tecnologias de blogging acessíveis ao grande público. (BURGESS; GREEN, 2009, p. 17-18).

Portanto, os anos 2000 representaram um momento crítico para a MTV, que pouco a pouco foi modificando sua programação, integrando cada vez mais programas diversos (jornalismo, debates, documentários, reality shows, humorísticos, entrevistas, programas de auditório) e cada vez menos videoclipes.

Em dezembro de 2006 ao anunciar a programação prevista para o ano de 2007, o diretor de programação da MTV Brasil, Zico Góes afirmou em uma coletiva de imprensa que "O videoclipe não pertence mais à televisão. Ele está ligado ao mundo digital e outras mídias atendem melhor a essa demanda." (MELLO, 2006). A tentativa naquele momento era de direcionar a audiência do videoclipe para uma plataforma de vídeos online própria, o MTV Overdrive. Soares (2008) reforça essa mudança na produção e no consumo dos videoclipes:

Diante do quadro visualizado através da compreensão da lógica produção-circulação televisiva dos videoclipes, percebe-se que a entrada das plataformas *online* de compartilhamento de vídeos é um elemento capaz de problematizar as dinâmicas massivas de circulação destes audiovisuais. O videoclipe não é mais um produto somente televisivo. Passa a integrar as dinâmicas de consumo da "cibercultura" e precisa ser compreendido também através desta lógica. Circunscreve-se um debate que atravessa uma problemática acerca do papel da televisão musical na circulação deste audiovisual e das novas formas de apropriação do videoclipe que passa a ser inserido em *gadgets* (*Ipods*, reprodutores de MP3 com vídeo), celulares, videologs, blogs e sites específicos. (SOARES, 2008).

A MTV Brasil – que de 2006 para 2007 reduziu a exibição de videoclipes em sua programação de 84 horas para 47 horas semanais e em 2009 voltou atrás ampliando para 92 horas semanais de videoclipes, sob a direção de programação de Cris Lobo (FURLANETO, 2009) – encerrou suas atividades em setembro de 2013, dando lugar a um novo canal chamado apenas de MTV, agora segmentado na TV fechada, com programação generalista e gerenciado pela Viacom, empresa detentora dos direitos da MTV internacionalmente (MUANIS, 2014).

2.3.2 O estabelecimento do YouTube como o novo lugar do videoclipe

Leote (2008) considera dois pontos-chave na distribuição do videoclipe, sendo o primeiro a chegada da MTV e o segundo, a do YouTube.

É muito mais fácil para o espectador de 15 a 35 anos – antigo público médio da MTV – acessar aos clipes no seu computador enquanto faz o seu trabalho da escola ou da faculdade, ou mesmo no escritório. Ele pode escolher os videoclipes que quiser, inclusive em simultaneidade, pois várias janelas do site podem ser abertas, possibilitando que se assista um enquanto os outros processam o *download*. Tudo isso sem custo nenhum e sem abarrotamento do HD da máquina. (LEOTE, 2008).

Além da facilidade na circulação de produtos audiovisuais, o YouTube incentivou o desenvolvimento de cultura mais participativa. O YouTube aparece não só como uma plataforma de streaming de vídeo, mas também como uma rede social. Enquanto mídia social, a plataforma fomentou uma nova relação entre produção, distribuição e consumo a partir das inter-relações entre os usuários (BERNARDAZZI; COSTA, 2016).

O usuário a que nos referimos pode ser tanto consumidor quanto produtor de conteúdo. Conforme afirmam Burgess e Green, “[...] como empresa de mídia, o YouTube é uma plataforma e um agregador de conteúdo, embora não seja uma produtora do conteúdo em si” (2009, p.21). Qualquer pessoa com uma conta no Google pode abrir um canal na plataforma, publicando e administrando vídeos, listas e comentários como bem quiser.

A instauração do VEVO era a chancela que faltava para oficializar o YouTube como o principal lugar para o videoclipe internacionalmente. O VEVO é um empreendimento conjunto de propriedade das grandes gravadoras, as *majors*: Universal Music Group, Sony Music Entertainment, EMI e Warner Music Group, também dividem a propriedade da VEVO a Abu Dhabi Media e Alphabet Inc., conglomerado que detém o Google e suas subsidiárias, como o YouTube²⁶. Dentre os grandes representantes do mercado internacional de produção de conteúdo e licenciamento de direitos, o conglomerado empresarial Viacom – proprietário da MTV – não aceitou acordos com o YouTube nem com o VEVO, sob o argumento de que este tipo de serviço violava direitos autorais (HELF apud BURGESS; GREEN, 2019), o que resultou em longos embates judiciais por direitos de reprodução, que se encerraram com vitória a favor do Google e YouTube (STEMPEL, 2014).

O VEVO é conhecido por disponibilizar oficialmente no YouTube o conteúdo dos artistas contratados por estas gravadoras, mas também produz e

²⁶ Informações disponíveis em <<https://en.wikipedia.org/wiki/Vevo>>. Acesso em: 09 jun 2019.

apresenta shows, entrevistas e premiações musicais, ou seja, passa a representar na internet, o que a MTV representava na televisão.

Além dos canais oficiais de artistas renomados do *mainstream*, encontramos no YouTube canais de produtores de conteúdo com resenhas e comentários de shows, discos, novidades sobre os artistas, e também de canais de artistas dedicados a publicar covers e versões de músicas consagradas.

Entendendo o YouTube como o principal meio de propagação dos vídeos na internet e de fácil acesso a qualquer usuário é de se esperar que músicos, bandas, artistas independentes em geral lancem mão desta plataforma para se projetar para o mundo, produzindo, postando e compartilhando seus conteúdos.

O YouTube se apresenta como uma ferramenta ideal para a atividade artística independente. Para quem produz vídeos, o site oferece a possibilidade da distribuição do conteúdo on-line à relação direta com a audiência.

O usuário disponibiliza o conteúdo, o conteúdo atrai novos públicos e o YouTube tem seu lucro através da venda de anúncios que são apresentados antes, depois ou durante os conteúdos dos usuários, além disso, o próprio usuário pode anunciar seu conteúdo nos vídeos de outros canais (BURGESS; GREEN, 2009). Como o YouTube atende diversos segmentos de vídeos, Burgess e Green o caracterizam como um “reach business”, pois “[...] oferece aos seus participantes um meio de conseguir uma ampla exposição” (2009, p. 22).

O Youtube demonstra uma amplitude de diversidade e alcance fornecendo tanto acesso à cultura quanto permitindo aos consumidores atuarem como produtores. Burgess e Green (2009) defendem que a cultura participativa é o principal negócio do YouTube, sendo tanto um sintoma das transições culturais e econômicas ligadas a atualização tecnológica, quanto um agente destas. No entanto, eles chamam atenção para a cautela que devemos ter em relação a afirmações definitivas, por estarmos em um momento de constantes atualizações.

[...] o YouTube ilustra as relações cada vez mais complexas entre produtores e consumidores na criação do significado, valor e atuação. Não há dúvidas de que se trata de um site de ruptura cultural e econômica. Entretanto, esses momentos de transição de mídia não deveriam ser classificados como rompimentos históricos radicais, mas sim como períodos de turbulência crescente, que se tornam visíveis conforme as várias práticas, influências e ideias preestabelecidas competem com as emergentes como parte da longa história da cultura, mídia e sociedade. O YouTube não

representa uma colisão e sim uma coevolução aliada a uma coexistência desconfortável entre “antigas” e “novas” aplicações, formas e práticas de mídia. (BURGESS; GREEN, 2009, p. 33).

Estamos frente a um modelo em que qualquer pessoa tem acesso à distribuição de produtos culturais digitais, e ao lado destas transformações na distribuição e no consumo, há também a democratização dos meios de produção na cultura digital (ANDERSON, 2006).

A partir de 2008, as câmeras DSLR – modelos de câmeras fotográficas digitais profissionais e semiprofissionais de alta qualidade – passaram a oferecer o recurso de gravação de vídeo em alta resolução²⁷, que com o passar dos anos também chegou a um preço acessível dada à qualidade obtida (BUCHANAN, 2008).

Bernardazzi e Costa (2016) percebem em uma análise de 2008 a 2016 que há um aumento de venda de câmeras DSLR no mesmo período em que a cotação do dólar em relação ao real diminui. Observamos também que o momento de pico nas vendas deste tipo de câmera se dá entre 2011 e 2012 (ZHANG, 2015).

Dessa forma, o campo se abre para o crescimento de um profissional do audiovisual multifuncional, o videomaker. Este profissional é responsável por todas as etapas de produção – roteiro, captura e edição de imagens e áudio e finalização do vídeo – e agora com o YouTube, ele também pode tomar conta da distribuição e circulação do material. O videomaker pode também prestar o seu serviço a terceiros, um artista ou banda, por exemplo, a um custo relativamente mais barato do que uma equipe completa. Neste sentido, Bernardazzi e Costa (2016) notam a atividade produtiva de vídeos no YouTube partindo tanto de profissionais do mercado audiovisual, quanto de usuários com poucos conhecimentos sobre produção audiovisual.

Molina (2013) ressalta a tendência de produções audiovisuais realizadas por “equipes” de uma só pessoa – designada pela expressão em inglês *one-person-crew* – justamente por conta das atualizações tecnológicas que tem como consequências o preço mais acessível dos equipamentos e a distribuição em canais como o YouTube e outros ambientes virtuais.

Bernardazzi e Costa (2016) apontam que esta distribuição pelos ambientes da internet não possuem as mesmas características que a distribuição de

²⁷ A primeira câmera DSLR a oferecer o recurso de gravação de vídeo em alta definição foi o modelo D90 da fabricante Nikon.

conteúdo para a televisão e o cinema, por exemplo. A circulação do conteúdo na internet ocorre entre **nichos de consumo** e chega até a audiência através da interação e do compartilhamento realizado pela mesma audiência.

Jenkins, Ford e Green (2014) apontam uma mudança de paradigma, a distribuição é substituída pela circulação, o que segundo eles,

[...] sinaliza um movimento na direção de um modelo mais participativo de cultura, em que o público não é mais visto como simplesmente um grupo e consumidores de mensagens pré-construídas, mas como pessoas que estão moldando, compartilhando, reconfigurando e remixando conteúdos de mídia de maneira que não poderiam ter sido imaginadas antes. (JENKINS; FORD, GREEN, 2014, p. 24).

Cada vez mais a democratização do acesso às ferramentas de produção de conteúdo, como colocado por Anderson (2006), faz com que apareçam mais produtores e mais conteúdos. Coadunando a isto, Jenkins, Ford e Green citam que as transformações tecnológicas “[...] facilitam a produção, o upload, o download, a apropriação, o remix, a recirculação e a incorporação de conteúdo” (p. 359), e a digitalização simplifica a mudança de formatos e barateia a circulação do conteúdo.

Portanto, esta produção e circulação de conteúdo audiovisual facilitada e com baixo custo em nichos de consumo por afinidade combinam com a produção musical independente que é direcionada ao consumo de nicho. Chris Anderson (2006), há quase 15 anos em uma sugestão um tanto profética, afirma que no lugar de uma “cultura de massa”, teremos cada vez mais uma “cultura fragmentada” em várias “culturas paralelas”, de forma que os mercados nichos sobreviverão com certa autonomia:

Em vez de nos relacionarmos por laços frouxos com multidões, graças às sobreposições da cultura de massa, temos a capacidade de nos interligarmos, mediante laços mais fortes, com igual quantidade de pessoas, se não com mais, em consequência da afinidade comum pela cultura de nicho. (ANDERSON, 2006, p. 128).

Pretendemos nos aprofundar na questão da articulação cultural na internet, entretanto, precisamos dar um passo atrás para entender um pouco mais sobre a produção audiovisual relacionada à música e as suas multiplicidades.

2.3.3 Entre o artístico e o comercial: as multiplicidades do vídeo musical

Não pretendemos aqui traçar a história do videoclipe, mas pelo menos justificar a nossa escolha em tratar o objeto de estudo aqui levado em consideração como vídeo musical. Leote (2008) nota o uso comum da expressão “videoclipe” para nomear uma diversidade de produtos que partem da premissa da apresentação simultânea de imagem e som. Audiovisuais institucionais, projeções familiares com fundo musical, vinhetas de televisão, cenas específicas de obras cinematográficas – como a clássica abertura de “2001: uma odisseia no espaço”, ou ainda os filmes musicais –, podem ser comumente chamadas de clipe ou videoclipe (LEOTE, 2008).

O estudo do videoclipe como formato audiovisual foi introduzido no Brasil por Arlindo Machado (1988). Em obra mais recente, Machado (2000) justifica nossa escolha na abordagem de produção audiovisual em vez de tratar apenas de videoclipes, pois o videoclipe enquanto espaço de experimentação e expressão artística desconstrói os conceitos formulados sobre ele enquanto gênero.

Ele considera o videoclipe como gênero genuinamente televisual e observa que o videoclipe “[...] cresceu em ambições, explodiu os seus próprios limites e está se impondo rapidamente como uma das formas de expressão artística de maior vitalidade em nosso tempo” (MACHADO, 2000, p.173). Destarte, Machado chama atenção para o termo na língua inglesa que se refere a esse tipo de produção audiovisual: *music video* (vídeo musical), considerando que esta definição dá mais propriedade ao gênero audiovisual em questão.

Trevisan (2011, p.16) defende que o videoclipe não se limita a registrar a performance do artista, como em uma apresentação musical em um programa de televisão, e sim realça, amplia, enaltece as qualidades e o sentido do artista e da música. Em seu estudo, a autora cita outros nomes usados para identificar a produção audiovisual relacionada à música como rockvídeo, teledisco e videomúsica.

Aqui optamos pelo uso predominante do termo vídeo musical por entender que algumas das obras a serem abordadas neste trabalho fogem do entendimento conceitual do termo videoclipe, como as “live sessions”, que serão abordadas adiante, além de levar em consideração o exposto por Leote (2008) a respeito do uso do termo para produtos não musicais. Entretanto, sempre trataremos

de videoclipe quando assim for referenciado por autores que o estudam enquanto formato.

Barreto (2005) nota a variedade de recursos advindos de outros produtos audiovisuais nos vídeos musicais misturados à experimentação, de modo que ele elenca as seguintes possibilidades dadas à flexibilidade do gênero:

1) histórias lineares ou fragmentadas, com finais abertos ou conclusões bem definidas; 2) performances ao vivo ou gravadas em estúdio; 3) manipulação pictórica de cores, formas, tamanhos, texturas das imagens ou apresentação naturalista das pessoas ou objetos captados; 4) complexidade e riqueza de recursos ou opção por extrema simplicidade; 5) concentração em desempenhos de canto, apresentação instrumental, dança, atuação, cenografia ou efeitos especiais; 6) ritmo acelerado com modificações frequentes ou concentração demorada sobre temas e objetos e, finalmente, o que é mais comum, 7) a apresentação de composições arquitetadas a partir de uma miscelânea destes elementos. (BARRETO, 2005, p. 37).

Machado considera que ao mesmo tempo em que o videoclipe é “[...] um formato enxuto e concentrado, de curta duração, de custos relativamente modestos se comparados com um filme ou de um programa de televisão, e com um amplo potencial de distribuição” (MACHADO, 2000, p. 173), a produção do formato atraiu a destinação de recursos para a produção de vídeos mais experimentais, e a circulação massiva da música pop fez com que estas obras audiovisuais mais inventivas alcançassem o grande público. Fazendo do videoclipe um meio privilegiado de divulgação musical e de expressão artística, ligada a novas tendências criativas (BARRETO, 2005).

Barreto descreve as seguintes características relacionadas ao videoclipe que fazem com que teóricos o tomem como um formato cultural significativo da contemporaneidade:

Desenvolvimento recente advindo da mescla de práticas importadas de meios de comunicação de massa, como o rádio, a televisão e o cinema. Organização condensada aparentemente aleatória e não narrativa de imagens editadas de modo fragmentado e em sucessão rápida. Divulgação comercial de artistas e canções, que, não raro, recorre a citações de temas e estilos de outros produtos culturais. (BARRETO, 2005, p. 42).

Barreto defende que quando destacamos o lado comercial do vídeo musical, as características estéticas acabam deixadas em segundo plano.

Essa associação – inerente ao formato – entre as instâncias criativa e comercial é mesmo o principal motivo da desconfiança com relação ao valor artístico dos vídeos musicais. Ainda que esse interesse financeiro aumente a pressão das indústrias musical e televisiva sobre os realizadores e muitos clipes acabem seguindo fórmulas de sucesso, vários artistas de gêneros e estilos musicais diferentes – mesmo com muita popularidade e vinculados às grandes gravadoras – continuam a explorar a associação de música popular e imagens como mais uma possibilidade criativa de expressão artística, o que coloca alguns videoclipes à altura das melhores obras da cultura de massa contemporânea. (BARRETO, 2005, p. 48).

Portanto, as possibilidades criativas de expressão artística advindas da junção entre música, imagem e movimento são incontáveis, como exemplifica Trevisan (2011):

Em alguns clipes as imagens, se movem tão rapidamente que se tornam incompreensíveis à primeira vista. Isso pontua outra razão do uso da velocidade: se um videoclipe for difícil de decodificar ao ser assistindo uma única vez, o espectador vai querer assisti-lo várias vezes para tentar compreender.

Nem todos os videoclipes utilizam essas técnicas com ritmos frenéticos. Alguns são relativamente mais lentos, o que direciona o pensamento para um lado mais introspectivo, conforme a natureza da música. Geralmente, os cortes das cenas são feitos conforme o ritmo e a batida da música. Em alguns clipes, a cor das imagens ou do ambiente em que se passam as cenas, transmite o “clima” da canção, o que estabelece uma conexão maior do que a iconográfica. Outra ligação entre som e imagem pode ser vista claramente pela mediação do corpo, particularmente, pela dança. Uma forma de abordar a análise da dança é entender que as coreografias e os gestos mostrados nos clipes e nas performances são tentativas de visualizar a música. Mais do que representar uma nova estética ou qualquer tipo de quebra radical com as convenções da televisão, essas técnicas são clássicos exemplos de estratégias de significação no campo do entretenimento. (TREVISAN, 2011 p. 54).

A autora cita ainda que há a possibilidade do ritmo do vídeo seguir o ritmo da música como um todo, das batidas de um instrumento que se sobressai ou ainda, construir um ritmo próprio desconectado da música que o segue. Há ainda a possibilidade de o ritmo ser definido pelos acontecimentos da narrativa visual ou pela performance do artista, de forma que o vídeo não possua cortes aparentes.

Com isto, Trevisan (2011) ressalta a relação entre o grafismo visual e o ritmo, além da natureza imagética do vídeo musical.

O leque de possibilidades trabalhado pelos vídeos musicais fez com que o formato acabasse influenciando as próprias formas audiovisuais que o influenciaram (BARRETO, 2005). Trevisan (2011) também nota essa relação de “retroalimentação” entre o vídeo musical e as outras mídias.

Sabe-se que o videoclipe é um formato híbrido, que rearranja o que herda de outros tipos de comunicação, como o cinema, a propaganda, a TV e o vídeo. Podem-se colocar nessa lista ainda as artes plásticas, fotografia, arte digital, enfim, vários elementos que permitam uma experimentação audiovisual, tendo como ponto de partida, a presença da música. Nota-se a influência de outros bens culturais na consolidação de sua estética, mas é importante ressaltar que, da mesma maneira que toma emprestado de outras linguagens, alimenta-as em suas posteriores apropriações. (TREVISAN, 2011, p. 11).

Dada a multiplicidade de possibilidade e flexibilidade de seu formato, e a já citada relação entre o fazer comercial e o fazer artístico, Soares (2012) relaciona o videoclipe a um conjunto de fenômenos criativos nos meios de comunicação de massa reunidos na ideia de hibridismo:

Quando nos remetemos ao videoclipe, estamos tratando de um conjunto de fenômenos de criação nos meios de comunicação de massa angariados na ideia do hibridismo. Como gênero televisual pós-moderno que é, o videoclipe agrega conceitos que regem a teoria do cinema, abordagens da própria natureza televisiva e ecos da retórica publicitária. Estes tópicos estão reunidos sob a perspectiva de que, como atesta Arlindo Machado, a especificidade da linguagem do vídeo talvez seja não ter especificidade. Em outras palavras: se é possível estabilizar a dinâmica das articulações na criação a partir do vídeo, este sustentáculo é o do hibridismo. (SOARES, 2012, p. 49).

Soares evoca Machado (2014) para tratar do caráter híbrido do próprio vídeo que, enquanto suporte, linguagem e sistema, traz para si características do cinema, do teatro, da literatura, do rádio e da computação gráfica. Já o hibridismo nos videoclipes vai além, superando a distância entre os valores da cultura erudita, popular e massiva. Soares recorre a Canclíni para defender que a hibridização cultural representada pelo videoclipe rompe com o “[...] conjunto fixo de arte-culta-saber-folclore-espaco-urbano” (SOARES, 2012, p. 49), causando uma

desierarquização dos fenômenos culturais. Neste sentido, Soares propõe que o videoclipe é em si mesmo um fenômeno cultural.

Como fenômeno cultural dotado do hibridismo, o videoclipe tem caráter transtemporal, pois suas “[...] imagens promovem uma mescla de épocas distintas, convivendo de uma forma marcadamente diegética” (SOARES, 2012, p.50), nos remetendo à convivência de valores culturais do presente e passado; e neobarroco, por evocar “[...] uma dinâmica das fissuras do desejo pela completude, quando tudo que o clipe pode oferecer é o incompleto, o corte, o rasgo” (SOARES, 2012, p. 52), buscando a valorização através das formas, substituindo integridade, globalidade e sistematicidade ordenada por instabilidade, polidimensionalidade e mutabilidade (CALABRESE apud SOARES, 2012).

Machado (2000) considera três categorias de realizadores de videoclipes: na primeira, estão os realizadores do clipe promocional ordinário, que tem o simples objetivo de ilustrar uma canção; na segunda, os realizadores advindos do cinema ou do vídeo experimental, que considera terem feito do videoclipe um formato televisivo inovador possibilitando a “reinvenção do audiovisual” (p. 182); na terceira, figuram músicos que empreenderam pelo audiovisual, concebendo o videoclipe como uma forma “plena e autossuficiente”, estes realizadores muitas vezes concebiam a ideia do clipe concomitantemente à composição musical, pensando o vídeo musical em um processo criativo de integração autoral.

Em sua visão, Machado (2000) sugere que as iniciativas com viés mais artístico, do ponto de vista criativo e autoral, são mais comuns nas produções independentes, fora do que ele chama de “esquemas mercadológicos predominantes”. Entretanto, Soares (2012) sugere a quebra entre essa dualidade entre o dito “artístico”, representando quem se enquadra nos moldes do “alternativo” ou “independente”, e o dito “comercial” determinado pelo “mainstream” ou “massivo”:

O videoclipe é este meio de criação de um conceito de um determinado artista da música pop e, em função disso, temos que considerar que, mais do que preceitos de ordem “artística” ou “comercial”, tais conceitos habitam uma esfera de consumo. Ou seja, se existem aplicabilidades para os termos “artístico” e “comercial”, tais terminologias conceituais estão articuladas ao que podem gerar enquanto consumo. Em outras palavras: tanto o “artístico” quanto o “comercial” se remontam às lógicas do capitalismo, que determinam o direcionamento de certos artistas da música pop dentro da indústria fonográfica. (SOARES, 2012, p. 91-92).

Portanto, devemos deixar esta dualidade de lado para poder perceber uma amálgama entre o que simboliza o “artístico” e o “comercial”, de modo que,

[...] os videoclipes são detentores de uma confluência simbólica, de uma subjetividade oriunda do sistema capitalista que precisa articular elementos existentes no seio da sociedade de consumo – sejam estes elementos de ordem mais “artística” ou mais “comercial”. (SOARES, 2012, p.94).

Mesmo fora de um “esquema mercadológico predominante”, o vídeo musical tem o objetivo de trabalhar o conceito do artista em relação à sua audiência, e mesmo nas lógicas mais independentes, trata-se da configuração de um produto imagético, um objeto de consumo em relação a um público consumidor.

Trevisan (2011) concorda que o videoclipe precisa ser encarado como um instrumento de criação de imagem e conceito de um determinado artista, muito mais do que um elemento de valor “artístico” ou “comercial”, justamente por estes valores estarem articulados numa esfera de consumo.

Entre o “artístico” e o “comercial” o vídeo musical há de resguardar ambas as características que a ele foram imbuídas ao longo dos anos. Podemos imaginá-lo como o produto de uma balança que de acordo com a proposta de quem produz – tanto do produtor musical, quanto do produtor audiovisual em conjunto – penderá mais para um lado que para outro, afinal a própria linguagem estética entregará esta intencionalidade para a audiência. Soares detalha mais as características de cada face, o cinema representando o lado artístico e a publicidade, o comercial.

Do cinema, o videoclipe irmanou-se de uma configuração de linguagem que pode partir de analogias a escolas e movimentos de vanguarda, passando por “ousadias” técnicas e principal manancial de citações, chegando a uma estruturação narrativa concentrada – peculiar da linguagem do curta-metragem, por exemplo. Da publicidade, o clipe bebe da fonte dos maneirismos estéticos típicos dos produtos audiovisuais feitos para o consumo, compreendendo uma produção que “já pensa” no destino final daquele produto: o mercado. Começamos percebendo como as relações entre videoclipe e cinema estão imbricadas. (SOARES, 2012, p.83).

2.3.4 Experiências na internet e realizadores ludovicenses

Compreendemos que o vídeo musical não depende da simples motivação de divulgar o trabalho de um artista, e que ainda que a principal motivação para um artista possa ser buscar reverberação audiovisual seja esta, o que é entendido como clipe hoje evoluiu para uma forma com maior autonomia artística (MACHADO, 2000)

Machado afirma ainda, que há “[...] uma maior liberdade de manejo plástico do quadro” (2000, p. 176), o que possibilita uma melhor qualidade do tratamento visual da imagem e permite que ela seja manejada como tapeçaria cromática, sofrendo o mesmo processamento que ocorre na música.

Desta forma, há uma iniciativa artística do produtor de vídeo, diferente de uma relação puramente comercial, como havia nos primeiros produtos audiovisuais de divulgação musical, os *promos* (BRYAN, 2011). Segundo Bryan (2011), o formato audiovisual videoclíptico fomentou o desenvolvimento de novas técnicas e linguagens, se adaptando às diferentes mídias e tecnologias.

O autor cita novas experiências entre vídeo, música e internet, como o site Música de Bolso²⁸ que tem como prerrogativa simplificar e dinamizar a experiência do vídeo musical produzindo vídeos descontraídos de apresentações “ao vivo”. Desde então este formato virou tendência no mundo virtual.

De acordo com Vinicius Soares (2017), do site O Palco Digital, que oferece consultoria de marketing, estratégias de carreira, negócios e treinamentos online para artistas independentes, as “Live Sessions” são um dos melhores formatos para divulgar um trabalho de música independente, considerando este formato como um investimento tão importante quanto à gravação do fonograma e a distribuição da mídia física. Segundo ele, “[...] pessoas gostam de ouvir uma boa música gravada, mas, observar a execução dessa mesma música ao vivo as conecta ao artista de forma avassaladora” (SOARES, 2017, online).

Em um artigo da Forbes, Daniels (2017) mostra a iniciativa do engenheiro de som Michael Johnson, que em 2009 percebeu uma lacuna no YouTube, entre vídeos musicais com alto custo para os artistas e vídeos amadores com baixa qualidade de áudio e vídeo registrados por celulares. A iniciativa do engenheiro de

²⁸ Disponível em: < <https://www.youtube.com/user/musicadebolso>>. Acesso em: 15 mai 2017.

som foi criar a Audiotree²⁹, uma “[...] plataforma multifacetada de descoberta de artistas”³⁰, oferecendo a produção de “live sessions” em estúdio próprio, transmissão ao vivo de apresentações por streaming, vídeos musicais, promocionais, além de entrevistas e documentários intimistas³¹.

O conteúdo é disponibilizado no canal do YouTube do estúdio e o áudio distribuído em plataformas de streaming, e o rendimento é dividido entre o artista e o estúdio. Além disso, o Audiotree promove um festival também registrado em áudio e vídeo.

A consolidação do formato de vídeos no formato ao vivo com a atuação da internet é percebida por Nercolini e Holzbach:

Se antes o videoclipe era veiculado algumas vezes por dia na televisão, durante um curto período e ao custo de negociações entre gravadoras e canais musicais, com a veiculação virtual essa estrutura sofreu uma drástica modificação. Em princípio, qualquer pessoa pode assistir à maioria dos videoclipes através de uma busca simples na internet e, ainda, pode baixar o arquivo e, posteriormente, postá-lo novamente na rede. Ou, além disso, criar o seu próprio videoclipe. Com isso, o videoclipe ampliou o seu escopo de atuação incorporando, além da música popular massiva e da televisão, a internet. Esteticamente, esse reordenamento, entre outras consequências, vem consolidando duas categorias de videoclipe: aqueles feitos por fãs e os videoclipes no formato “ao vivo”. Os videoclipes ao vivo são uma estratégia de renovação do artista pop na medida em que são em geral mais baratos, fáceis e rápidos de serem produzidos. Eles surgiram antes da popularização da internet, mas ganharam uma amplitude significativa na era virtual. Diversos trechos de programas televisivos são “transformados” em videoclipes e postados na internet por usuários e pelas gravadoras, modificando a relação do produto com a televisão e com a audiência. Com isso, uma única música pode ter um videoclipe oficial, uma versão de um show ao vivo que foi veiculado na TV e uma versão acústica. Tantas versões dificilmente seriam veiculadas na íntegra na televisão, mas não encontram barreiras na internet. (NERCOLINI; HOLZBACH, 2009, p.53).

²⁹ <https://audiotree.tv>

³⁰ Do original: “A multi-faceted artist discovery platform”. Disponível em <<https://audiotree.tv/about/>>. Acesso em 11 mai 2018.

³¹ Do original: “We produce studio sessions, live-streaming concerts, music videos, promotional spots, interviews, and intimate show documentaries. Our video, sound, editing, and graphics team all share a strong love of music and work to see that the best possible products are created for artists who are talented, dedicated, and hardworking”. Disponível em <<https://audiotree.tv/about/>>. Acesso em 11 mai 2018.

No Brasil, temos um grande número de iniciativas no formato “live sessions” espalhadas pelo YouTube. Citaremos alguns projetos identificados com a realização no âmbito local em São Luís:

- a) “Sobre o Tatame Sessions” é um projeto iniciado em 2016 pelo portal “Sobre o Tatame” – que produz conteúdos nas categorias “atitude, comportamento, crônicas, cultura, fotografia, listas e viagens” –, e tem como objetivo “[...] evidenciar o talento musical de artistas que admiramos e outros os quais queremos mostrar pro mundo. Valorizando assim a cena independente”³². O projeto audiovisual rendeu show com os artistas Ornitorrincos do Sertão, Ari Sousa, Israel Costa, Sfânio, Vinaa e Ventriloco, com o mesmo título, “Sobre o Tatame Sessions”, selecionado pelo edital “Pátio Aberto 2018”, do Centro Cultura Vale Maranhão, que recebe apresentações de cultura popular, música, teatro, performances, dança e audiovisual³³.
- b) “Black Room Sessions” é uma iniciativa do BlackRoom Estúdio, estúdio de gravação, produção musical e audiovisual, gerenciado pelos irmãos Sandoval Filho e Domingos Thiago, músicos das bandas Soulvenir e Boys Bad News. Teve o primeiro vídeo publicado em fevereiro de 2017³⁴.
- c) “Monotonia” é um projeto com a proposta de trazer artistas locais em autênticas sessões acústicas, iniciativa do produtor audiovisual independente Rick Ramos³⁵. O primeiro vídeo do canal foi postado em novembro de 2016. Entre uma média de 500 a mil visualizações por vídeo nas 15 postagens do canal, se destaca o vídeo da música “Covardia” do cantor Sfanio, com mais de 18 mil visualizações³⁶.
- d) “Andar de Cima Sessions” é uma iniciativa do produtor, guitarrista e cantor Memel Nogueira, também proprietário do estúdio de gravação Andar de Cima. Apesar de possuir um canal no YouTube com alguns vídeos postados, sendo o primeiro datado de junho de 2014, podemos

³² Disponível em <<http://www.sobreotatame.com>>. Acesso em 11 mai 2018.

³³ Disponível em <<https://ccv-ma.org.br/editais/>>. Acesso em 16 mai 2018.

³⁴ Disponível em <https://www.youtube.com/channel/UCa3mQTVo5vut6DeJj_sl2sg>. Acesso em 16 mai 2018.

³⁵ Disponível em <<https://www.youtube.com/user/romakape>>. Acesso em 16 mai 2018

³⁶ 18.958 visualizações em 16 de maio. Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=5aQHv4jWNT8>>. Acesso em 27 jun 2019.

encontrar nos canais de alguns artistas vídeos com o título “Andar de Cima Sessions” produzidos no estúdio. Alguns exemplos: Avalanche³⁷; Samile³⁸; Ari Sousa³⁹; Planetário⁴⁰. Em um momento mais embrionário, em 2012, ainda como home studio, o Andar de Cima produziu registros audiovisuais do cantor Phill Veras⁴¹.

- e) “BaseSLZ Áudio & Imagem” é outro caso de um estúdio de gravação e produção musical de propriedade de músicos que estendeu suas atividades para produção audiovisual. A frente do estúdio estão Felipe Hyily (ex-guitarrista da extinta banda Royal Dogs⁴²), Cid Campelo (baterista e técnico de som de estúdio e shows) e Hugo Maia (guitarrista da banda Fúria Louca). Além de produzir vídeos, o estúdio também aluga o seu espaço para terceiros. Apesar de ter a produção de vídeos dentre suas atividades, o BaseSLZ carece de um canal no YouTube, divulgando suas ações apenas no Facebook e Instagram. Os vídeos produzidos pela equipe do estúdio são disponibilizados nos canais dos próprios artistas no YouTube. Dentre estes, podemos identificar: “Blinded”, da banda Nekromancy⁴³; “Burnt out”, da banda Grande Ursa⁴⁴; “Árvore” da banda Ornitorrincos do Sertão Turu⁴⁵; e “Tenha um fim”, da banda Kretentor Attack⁴⁶.

³⁷ Avalanche – Kids (Andar de Cima Sessions). Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=RN1f273FMIs>>. Acesso em 16 mai 2018.

³⁸ Samile – Proteção. Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=n6vWQjVML-A>>. Acesso em 16 mai 2018.

³⁹ A Senda - Ari Sousa . Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=mSqAu1krF_4>. Acesso em 16 mai 2018.

⁴⁰ Planetário – O Último Reflexo. Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=B1LdfyPO9SA>>. Acesso em 16 mai 2018.

⁴¹ Phill Veras – Lancei. Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=r3tcjmuZhwM>>. Acesso em 16 mai 2018.

⁴² Banda de ludovicense de rock que esteve em atividade entre 2013 e 2017. Disponível em <<https://www.facebook.com/RoyalDogsOfficial/photos/a.462769903801635.1073741829.338386822906611/1475050325906916/?type=3>>. Acesso em 16 mai 2018.

⁴³ Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=x5jcXbWPJ00>>. Acesso em 16 mai 2018.

⁴⁴ Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=VgtoT0ssvU4>>. Acesso em 16 mai 2018.

⁴⁵ Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=U4Aj9j9PZCI>>. Acesso em 16 mai 2018.

⁴⁶ Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=hAXETbVyBiA>>. Acesso em 16 mai 2018.

- f) CantariaFilmes foi uma produtora audiovisual do agora cineasta e consultor da Escola de Cinema do Maranhão, do Instituto de Educação, Ciência e Tecnologia do Maranhão (IEMA), Marcos Ponts. O primeiro registro de vídeo musical do canal da produtora no YouTube é datado de abril de 2012, com a apresentação da banda PedeGinja no festival Luneta Musical interpretando a música Salsa de um ex-amor⁴⁷. O último registro do canal data de março de 2017 com o vídeo acústico de Tiago Máci e Giovanne Chaves interpretando a música Samba da Ruiva⁴⁸. A CantariaFilmes assina um dos vídeos mais relevantes e antigos do cantor Phill Veras no YouTube, o registro acústico da canção “Pode vir comigo” com mais de 2,8 milhão de visualizações, postado em abril de 2012⁴⁹. Com a mesma linguagem e proposta, também se encontra no canal vídeos de Marcos Lamy, Paulo César Linhares, Aziz, Gustavito, além de um vídeo ao vivo da banda Fúria Louca se apresentando no festival Metal Open Air, em 2012.
- g) AcústicaStudio ou Acústica Intervenções Criativas⁵⁰ se apresenta como uma empresa especializada em “soluções em conteúdos criativos e multimídia”⁵¹. No site da empresa pode-se ver que eles oferecem serviços de estúdio de ensaio, gravação de músicas, jingles, videoclipes, cobertura de eventos e ensaios fotográficos, filmagem com drones, projeção mapeada e laser, realidade aumentada e realidade virtual em 360 e 3D. Apesar desta iniciativa destoar um pouco dos outros exemplos citados – por contar com uma infraestrutura mais desenvolvida – sua trajetória pode ser elucidativa para perceber a evolução da produção audiovisual em São Luís. O Acústica iniciou como um estúdio para ensaio e gravação musical, sendo bem conhecido pelos músicos de São Luís nos anos 2000

⁴⁷ Festival Luneta Musical – PedeGinja. Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=Pcwokb0ZUck>>. Acesso em 16 mai 2018.

⁴⁸ Tiago Máci & Giovanne Chaves - Samba da Ruiva (Acústico). Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=aW50zWM99Es>>. Acesso em 16 mai 2018.

⁴⁹ Phill Veras – Pode vir comigo (Acústico). Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=9nP6U4uiZLA>>. Acesso em 26 jun 2019.

⁵⁰ <http://acusticastudio.com.br>

⁵¹ Disponível em <https://www.facebook.com/pg/acusticastudio/about/?ref=page_internal>. Acesso em 16 mai 2018.

(SODRÉ; CARNEIRO DOS SANTOS, 2015). Em seu canal do YouTube⁵² pode-se identificar vários registros audiovisuais com qualidade amadora datados de 2007, filmados com apenas uma câmera digital de baixa definição, com o áudio captado direto da câmera e sem algum tratamento nem edição, tanto de áudio quanto de vídeo, dignos de um entusiasta do audiovisual. Após essa data, o canal só volta a ter postagens em 2013, com vídeos de sessões acústicas providos de maiores recursos, mas ainda simples: duas câmeras com imagens em full HD, edição simples e qualidade limitada na captação do áudio. No mesmo ano, o Acústica começa a produzir videoclipes e gravações de shows de artistas de variados gêneros musicais⁵³, chegando a produzir vídeos publicitários. O maior destaque do canal é o videoclipe da música “Quem é de Deus”, da banda Kazamata, com participação do cantor jamaicano Cedric Myton, e mais de 111 mil visualizações⁵⁴. No canal da banda de thrash metal Jack Devil podemos perceber que a maioria da sua produção audiovisual foi realizada pelo Acústica Studio ou em parceria com ele ou com seu apoio⁵⁵.

Em uma breve leitura do perfil das iniciativas elencadas, percebemos que algumas delas têm algo em comum entre si e com o exemplo da Audiotree citado anteriormente: partem de estúdios que iniciaram suas atividades com gravação de áudio e perceberam no vídeo uma oportunidade para atender uma nova demanda, oferecendo mais um serviço, e que por sua vez, são gerenciados por músicos engajados na música independente. Já outras, partem de produtores audiovisuais, que possibilitaram o primeiro registro audiovisual de alguns artistas. Essas iniciativas contribuíram para o aumento da produção de vídeos musicais no formato “live session”.

Correa (2010) argumenta que, em vez de classificar e categorizar o gênero videoclipe deve-se entendê-lo como processo mediador de linguagens e

⁵² <https://www.youtube.com/user/ROGERACUSTICA/>

⁵³ Podemos identificar registros de artistas de arrocha, swingueira, sertanejo, pagode, reggae e heavy metal.

⁵⁴ 111.425 em maio de 2018. Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=N4jib5lrQH0>>. Acesso em 26 jun 2019.

⁵⁵ Disponível em <<https://www.youtube.com/channel/UCghw5dWcA74euZ8R-QxmsNQ>>. Acesso em 16 mai 2018.

produtor de interfaces entre diferentes práticas comunicacionais com potência criativa quanto a roteiro, execução e produção. Mas pensar em videoclipe como gênero, é também pensar em gêneros musicais. Estes, segundo Soares e Janotti Júnior (2008) envolvem regras econômicas, semióticas, técnicas e formais. O conjunto destas regras determina desde qualidades estéticas e artísticas do vídeo, suportes e meios de circulação a quais valores aquele produto pretende levar ao seu público, e que recursos técnicos e formais serão utilizados para tal resultado.

O audiovisual na música independente tem uma função estratégica de marketing em relação à divulgação do trabalho musical e também negocia significados na produção de sentidos projetando a qualidade estética daquele artista em relação ao seu público. Há ainda o empreendimento de novas iniciativas no mundo virtual, os vídeos de “live sessions” que não são um formato essencialmente inédito, mas a forma que se espalham pelo YouTube e as estratégias lançadas sobre sua produção caracterizam novos usos.

2.4 A articulação social no espaço virtual

“O que não está na internet simplesmente não existe” – Sodré (2012) cita o que ele apresenta com o “slogan da internet”, sugerindo a internet como um espaço valorizado, e “existir” nela é estar legitimado pelo regime de visibilidade pública vigente (SODRÉ, 2012, p. 29)

Longe de querermos entrar em uma discussão filosófica sobre a existência das coisas, mas em se tratando de produtos culturais – no caso do vídeo musical – podemos afirmar que, para o mercado consumidor, o artista que não está disponível nas principais plataformas de circulação musical, de fato, não existe.

O regime de visibilidade pública atual é consequente do modo em que o indivíduo representa a si mesmo socialmente e se refere às formas de perceber, pensar e contabilizar o real, que são estimuladas pelas novas tecnologias da informação. Estas novas tecnologias possibilitam a circulação instantânea da informação com novos canais de distribuição de bens culturais e a ilusão de que se pode estar em todos os lugares a qualquer momento, devido à anulação virtual do espaço pelo tempo (SODRÉ, 2012).

Portanto, temos um regime de visibilidade pública viabilizado pela comunicação instantânea, simultânea global através de ambientes artificiais

(elementos do tempo real) e interativos criados pelo computador (elementos do espaço virtual).

2.4.1 A virtualização da sociedade

Sodré nos apresenta a **mediatização** como uma tendência à “virtualização” das relações sociais, entendendo virtual como “[...] a realidade de um espaço artificial [...] objetivado pelo poder de realização visionário da ciência aplicada, da tecnologia” (SODRÉ, 2012, p. 76). Neste entendimento, o virtual não se opõe ao real, na verdade o virtual é um “[...] novo modo de contabilização do real [...]” em que a tecnologia oferta os objetos que compõem o ambiente de como o mundo se ordena hoje.

Entendendo o virtual como uma “dinâmica de realização do real” (SODRÉ, 2012, p. 123) e, portanto integrante da estrutura do real, visto que as realidades geradas pelo virtual são dependentes da ordem humana, falar de realidade virtual não é cair em contrassenso, pois real e virtual não são ideias opostas.

Uma definição de virtual apresentada por Levy (1999) e levada em consideração por Sodré (2012) é que virtual é tudo o que tem realizável através da atualização, “[...] o virtual é o real não fixado em coordenadas espaço-temporal” (LEVY, 1999, p. 47).

Levy (1999) descreve como virtual “[...] toda entidade ‘desterritorializada’, capaz de gerar diversas manifestações concretas em diferentes momentos e locais determinados, sem contudo estar ela mesma presa a um lugar ou tempo em particular” (LEVY, 1999, p. 47). Para aludir esta descrição, ele exemplifica que a informação nas redes digitais está fisicamente situada em algum suporte, em centrais de armazenamento físicos, assim como está virtualmente presente em qualquer ponto da rede onde ela for solicitada.

O que de fato se opõe ao virtual, segundo os autores, é o atual, assim, tanto virtualidade quanto atualidade são duas formas diferentes de realidade, sendo a “realidade atual” aquela experienciada fisicamente em um tempo e espaço.

Sodré então encara a realidade virtual como um novo dispositivo de consciência, um elemento que organiza tecnicamente a percepção cria artificialmente “[...] um espaço ‘mental’ para os análogos do Primeiro Mundo primeiro

(o real-histórico). E, claro, um espaço interativo para a cognição e computação” (SODRÉ, 2012, p.130).

Para melhor entender a distinção entre realidade atual e realidade virtual, Sodré (2012, p. 123) explica que o que nos habituamos a chamar de “realidade” são “efeitos de objetividade”, que são interpretados subjetivamente pela consciência humana. “Enquanto estrutura, o real apresenta-se ou se faz ver como um conjunto de ordenações do homem (intelecção, memória, fantasias, representações) que pressupõe uma ordem de possíveis, isto é, de tudo que não implique contradição” (SODRÉ, 2012, p. 121).

Portanto, a realidade antes de ser vivida ou experienciada é reconhecida, percebida através de elementos cognitivos e representacionais que foram culturalmente construídos e psiquicamente internalizados durante o nosso desenvolvimento social (SODRÉ, 2012). A realidade é, assim, redimensionada a cada advento de novas tecnologias.

A midiatização, segundo Sodré, implica em uma nova forma de presença do sujeito no mundo com suas próprias características socioculturais regidas por finalidades tecnológicas ou mercadológicas através de um “medium”. Medium para o autor não é o dispositivo técnico, e sim um fluxo comunicacional.

[...] medium é o fluxo comunicacional, acoplado a um dispositivo técnico (à base de tinta e papel, espectro hertziano, cabo, computação, etc.) e socialmente produzido pelo mercado capitalista em tal extensão que o código produtivo pode tornar-se “ambiência” existencial. Assim, a internet, e não o computador, é medium. (SODRÉ, 2012, p. 20).

O redimensionamento da realidade proporcionada pelo espaço virtual, tendo a internet como médium não é uma ruptura total com o passado, visto que esta “nova” realidade virtual agrega recursos da mídia anterior, como recursos audiovisuais – existentes desde o cinema – e dispositivos de comunicação interpessoal, como o e-mail ou correio digital.

É uma reconfiguração realística do mundo por homologação de imagens adrede elaboradas, com o acréscimo da interatividade: **a interface cria uma outra realidade cultural**, que outorga ao usuário um nível de controle da ação e o coloca simulativamente no cenário midiático. (SODRÉ, 2012, p. 146).

Deste modo, como realidade e ambiente existencial, o indivíduo pode “habitar” este espaço, onde se interligam modos de socialização tradicionais e tecnológicos. A esta nova forma de vida, Sodré dá o nome de bios midiático e existir nele é criar uma sensação de presença real.

A sensação de presença na realidade virtual é comparável ao processo de tomada da consciência, pelo homem, de sua própria existência no mundo real. Nós existimos no mundo virtual pelos mesmos sentidos e sensações que no mundo real. (JOLIVALT, 1996 apud SODRÉ, 2012, p. 121).

Estar legitimado pelo regime de visibilidade pública é estar presente, ou melhor, é produzir efeitos de presença real no ambiente virtual. Mas antes de tratar da produção dessa presença no virtual, vamos antes lançar luz sobre o próprio espaço virtual.

2.4.2 Espaço virtual: bios midiático e ciberespaço

O espaço virtual ao qual Sodré identifica como bios midiático ou bios virtual enquanto forma de vida midiaticizada é definido por outros autores, dentre eles o francês Pierre Lévy (1999), como “ciberespaço”.

Antes de entrar na distinção de ciberespaço por Lévy, cabe aqui uma breve definição de espaço pelo geógrafo Milton Santos,

O espaço deve ser considerado como um conjunto de relações realizadas através de funções e de formas que se apresentam como testemunho de uma história escrita por processos do passado e do presente. Isto é, o espaço se define como um conjunto de formas representativas de relações sociais do passado e do presente e por uma estrutura representada por relações sociais que estão acontecendo diante dos nossos olhos e que se manifestam através de processos e funções. (SANTOS, 2008, p. 153).

O espaço, seja físico ou virtual como percebemos, se manifesta diante dos nossos olhos e resulta de processos e funções relacionadas às nossas práticas sociais, econômicas e culturais (VÉRAS, 2000)

Na definição de Lévy, o ciberespaço é “[...] o espaço de comunicação aberto pela interconexão mundial dos computadores e das memórias dos computadores” (LÉVY, 1999, p. 92), o que inclui os sistemas de comunicação

eletrônicos, passíveis de codificação digital, o que o autor relaciona ao caráter virtual da informação, característica do ciberespaço. O termo provém da ficção científica⁵⁶ e vem sendo adotado desde os anos 80 por usuários e criadores das redes digitais e estudiosos do que se chamou de “cibercultura”, definida por Lévy como “[...] o conjunto de técnicas (materiais e intelectuais), de práticas, de atitudes, de modos de pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do ciberespaço” (LÉVY, 1999, p. 17)

Para Felinto, que se debruça sobre o tema da cibercultura, ela própria é um “‘espaço’ saturado pelas tecnologias digitais, onde as formas de vida e comunicação são continuamente modeladas pela lógica e pela materialidade das novas mídias” (2007, p. 8). Entretanto, um problema considerado por ele é que a produção acadêmica sobre o tema tende a se mostrar mais como uma futurologia com traços ficcionais e mitológicos do que teorias sobre a sociedade informatizada atual.

Santaella destaca a variedade do uso de definições para “ciberespaço”, também apontando a questão de tecnologias do porvir:

Hoje, "ciberespaço" sedimentou-se como um nome genérico para se referir a um conjunto de tecnologias diferentes, algumas familiares, outras só recentemente disponíveis, algumas sendo desenvolvidas e outras ainda ficcionais. Todas têm em comum a habilidade para simular ambientes dentro dos quais os humanos podem interagir. Alguns usam a expressão "comunicação mediada por computador" para designar o mesmo conjunto de fenômenos. Outros tomam ciberespaço como sinônimo de realidade virtual. (SANTAELLA, 2010, p. 99).

Segundo a autora, a cibercultura se desenvolve como novas formas de vida neste espaço incorpóreo que é o ciberespaço. Santaella afirma que os estudos ciberculturais se voltam “[...] para as construções culturais e as reconstruções nas quais as tecnologias atuais se baseiam e que, conversivamente, contribuem para desenvolver” (SANTAELLA, 2010, p. 105).

Em busca de uma definição da cibercultura enquanto categoria de reflexão acadêmica de problemas no campo da comunicação, Felinto (2007, p. 7) sugere três noções que podem constituir a cibercultura como objeto de conhecimento da comunicação. A primeira aponta a cibercultura como “domínio das

⁵⁶ “A palavra ‘ciberespaço’ foi inventada em 1984 por William Gibson em seu romance de ficção científica *Neuromante*” (LÉVY, 1999, p. 92)

comunicações, práticas e percepções ligadas às tecnologias informacionais” (FELINTO, 2007, p. 7), compreendendo as práticas comunicacionais viabilizadas pela internet em seus “[...] comportamentos e formas discursivas em salas de discussão e chats; mecanismos de construção identitária na internet” (FELINTO, 2007, p. 7). A segunda trata a cibercultura como o “[...] conjunto de narrativas ficcionais, que expressam uma visão de mundo ‘cibercultural’”, dizendo respeito ao campo comunicacional por englobar estudos de recepção e consumo de produtos culturais da ficção científica que especulam sobre um futuro cibercultural, tanto no cinema quanto na literatura. A terceira a define “[...] como campo de apreensões teóricas a respeito da tecnocultura contemporânea e meios digitais de comunicação”, que é justamente a produção teórica e acadêmica acerca do tema, como por exemplo, a obra do autor supracitado Pierre Lévy.

Felinto sugere ainda que boa parte dos usos e conceitos de cibercultura englobam aspectos de duas ou mais visões, inclusive a do próprio Lévy. A dificuldade de mapear a cibercultura enquanto campo de conhecimento se dá por estarmos “[...] inteiramente em seu interior, mergulhados cotidianamente num ambiente de próteses tecnológicas e num imaginário tecnocultural cada vez mais prenante” (FELINTO, 2007, p. 10).

Conforme afirmado anteriormente, no caso do YouTube, por exemplo, que se tornou uma plataforma integrada ao nosso cotidiano, se deve muito à chegada dos dispositivos móveis. Sobretudo em celulares com sistema operacional Android, nos quais é necessário ter uma conta no Google para acessar todas as funções do aparelho, o usuário já inaugura o seu uso apto a acessar todas as funcionalidades do YouTube. Segundo a empresa de análise de dados Kantar, em dezembro de 2018, os usuários do sistema Android representavam 94,9% dos aparelhos em atividade no Brasil⁵⁷.

O espaço virtual aparece na dinâmica produtiva como local de conservação, circulação, difusão, distribuição e recepção, portanto de comunicação e consumo.

Sodré (2012) afirma que a recepção e o consumo dos produtos midiáticos se integraram às atividades rotineiras como aspecto da vida cotidiana. E todo o seu esforço intelectual na obra “Antropológica do Espelho” se direciona para o

⁵⁷ Informação disponível em < <https://www.kantarworldpanel.com/global/smartphone-os-market-share/> > Acesso em 18 jun 2019.

pensamento não midiático, apontando a questão da vinculação humana como fundamental para uma ciência da comunicação.

Para Sodré o campo da ciência da comunicação cobre um espectro de ações ou práticas classificadas em: veiculação; vinculação; e cognição. A veiculação trata das “[...] antropotécnicas eticistas ou práticas de natureza empresarial, voltadas para a relação ou o contato entre os sujeitos sociais por meio das tecnologias da informação” (SODRÉ, 2012, p. 234), ou seja, da midiatização. A vinculação se refere às “[...] práticas estratégicas de promoção ou manutenção do vínculo social” (SODRÉ, 2012, p. 234) pautada por diferentes formas de reciprocidade afetiva e dialógica entre os indivíduos. Neste sentido, ele justifica que a comunicação não se restringe à atividade midiática, uma vez que a questão da vinculação é de natureza sociável. Já a cognição engloba “[...] práticas teóricas relativas à posição de observação e sistematização das práticas de veiculação e das estratégias de vinculação” onde a Ciência da Comunicação aparece como uma interface de conhecimentos interdisciplinares, se colocando como uma atividade crítica que coloca em perspectiva o “saber tradicional sobre a sociedade”, se voltando para a “sociabilidade, a eticidade e as práticas de socialização pela cultura” (SODRÉ, 2012, p. 235).

Portanto, a questão da vinculação social convém mais a este trabalho do que as teorias da cibercultura. Como categorias conceituais, ciberespaço e cibercultura têm muito a nos somar. A tese de Lévy guarda pontos de diálogo e de influência com a tese de Sodré, inclusive no tratamento da questão da presença, visto que o francês defende que “a cibercultura inventa uma outra forma de fazer advir a presença virtual do humano frente a si mesmo que não pela imposição da unidade de sentido” (LÉVY, 1999, p. 248) e também “expressa uma mutação fundamental da própria essência da cultura” (LÉVY, 1999, p. 247).

Entretanto, optamos aqui por seguir o caminho apontado por Sodré, primeiro justamente por este trabalho não ter como objeto as redes sociais virtuais, visto que elas são apenas um aspecto a ser levado em conta, e segundo por estarmos mais afeitos ao que o autor classifica como práticas de vinculação como competência de estudo no campo da comunicação e ao pensamento não midiático. Ainda assim, se julgou necessário abordar e justificar como as definições de ciberespaço e cibercultura – tão caras para estudos que abordam tecnologias da

comunicação – dialogam com nosso trabalho e o porquê de não as explorarmos a fundo.

2.4.3 A produção de presença no bios midiático

A existência humana na realidade virtual depreende de uma sensação de presença, percebida pelos mesmos sentidos pelos quais percebemos o mundo da realidade atual. Existir, habitar o espaço virtual é possível pela reprodução de formas de socialização, através das quais também nos relacionamos na presença física, tangível.

Entretanto, na ausência de um corpo, a presença no regime de visibilidade pública e de representação do capital vigentes se manifesta através da imagem pública.

A imagem pública, afirma Sodré (2012), é a realidade de uma aparência com qualificação cultural própria em função da tecnologia e do mercado, que ele chama de tecnocultura. A tecnocultura é própria do bios midiático por se constituir pelo mercado e pelos meios de comunicação, e implica em formas próprias de o indivíduo se relacionar com referências do que se convencionou como verdade, ou seja, o próprio regime de visibilidade e de representação com seus modos de sociabilização e percepção da realidade.

A transformação do indivíduo em imagem pública é resultado da midiaticização em que o sujeito passa a se orientar de acordo com “regras midiáticas” quanto às suas atitudes, opiniões e aparência (SODRÉ, 2012). Neste sentido, o próprio sujeito se torna realidade midiática, se torna imagem e também médium, existindo ainda como “[...] suporte para signos que se dispõem a representar uma realidade instituída exclusivamente como mercadoria” (SODRÉ, 2012, p. 37).

No espaço em que o indivíduo se disponibiliza para a visibilidade pública, o seu “ser imagístico” aparece como um valor no qual visibilizar-se consiste em uma “[...] conduta apropriada na normalização social operada pelo mercado”, portanto a imagem pública é marcada pela performatividade midiática. A interpretação cênica da realidade importa mais para gerar valor de troca, seja esse valor político, administrativo ou moral. Este valor pode se expressar ainda em moeda corrente, visto que o regime de visibilidade pública vigente é orientado pelo capital mercantil (SODRÉ, 2012).

Desta forma, Sodré afirma que as diversas dimensões do entretenimento ou da estética constroem o espaço público da contemporaneidade, de forma que “[...] a vida comum torna-se medium publicitário e transforma a cidadania política em performance tecnonarcísica” (SODRÉ, 2012, p. 40).

A presença é produzida como imagem pública e gerida como um jogo de aparências sociais. “A midiatização, o bios virtual, é a forma simples do mercado, concretização tecnológica do princípio vazio da troca mercantil, com potência de revestimento ou condicionamento de usos e costumes da comunidade humana” (SODRÉ, 2012, p. 191).

Em mundo em que não só o consumo dos produtos midiáticos se integrou às atividades rotineiras, mas também a reprodução de si enquanto medium publicitário se torna hábito cotidiano, a mídia e o mercado se dedicam a reorganizar as rotinas do tempo livre em função do consumo. De modo que o fluxo do desejo esteja sempre à espera de um novo acontecimento, uma nova informação, um novo objeto, qualquer novidade a ser consumida.

A livre interação dos sujeitos no dia a dia é intensificada pela junção entre a economia mercantil e a economia do desejo, que fomentam a circulação solidária de dinheiro e afeto.

O que nos remete à economia afetiva, apresentada por Jenkins (2009) como uma nova configuração da teoria de marketing que visa entender “[...] os fundamentos emocionais da tomada de decisão do consumidor como uma força motriz por trás das decisões de audiência e de compra” (JENKINS, 2009, p. 97). Esta corrente enfatiza que o envolvimento emocional é uma motivação fundamental para o consumo, e ainda, este consumidor emocionalmente envolvido, e revestido como médium publicitário, agregará seu valor ao produto publicizando o seu próprio consumo.

O sujeito no seu espaço de visibilidade quer ter seu valor reconhecido pelo outro sujeito, e a atração para si do olhar do outro se dá através do consumo. Se apoiando em Jean Baudrillard, Sodré aponta que a ideologia do consumo apela à consciência com a “‘imagem consumida do consumo’, isto é, a ideia do consumo enquanto modo novo de territorialização dos indivíduos” (SODRÉ, 2012, p. 59). Então, o indivíduo se coloca como imagem pública para ser consumida pelo outro ao mesmo tempo em que molda a sua imagem por meio do consumo de outros conteúdos midiáticos disponíveis. Graças à midiatização, as variáveis humanas da

existência cotidiana podem ser esvaziadas como objetos de produção e de consumo mercadológicos.

Segundo Sodré (2012), a realidade midiática nos mostra que a socialidade figura como uma estrutura mediadora entre economia e produção cultural, controlando e organizando a economia mais do que sendo por ela controlada. Por isso, a importância da produção de presença no bios midiático.

O modo de organização social, por meio da gestão da imagem pública no bios midiático com sua interferência na administração do tempo livre, do lazer como ambiente de consumo faz com que se possa filtrar através das tecnologias de comunicação o que deve ser incorporado por ser relevante e o que deve ser eliminado por ser irrelevante.

As práticas socioculturais midiáticas se instituem como o campo de ação social do bios midiático e se referem à relação social gerida pelos dispositivos midiáticos do mercado. Essas são elas mesmas práticas de vinculação, ou seja, promoção e manutenção do vínculo social, que constituem objetivo da produção da presença no espaço virtual.

Os vídeos musicais têm como objetivo criar, promover e manter o conceito do artista, sua imagem pública, em uma amálgama de valores artísticos e comerciais articulados na esfera do consumo, além de integrar as dinâmicas do espaço virtual.

O vínculo construído entre o artista e o seu fã é pautado pela reciprocidade comunicacional, afetiva e dialógica entre eles e não se esgota na atividade midiática. A comunicação não se restringe à atividade midiática, bem como o bios virtual não absorve a totalidade da vida tradicional, mas não deixa de ter sua influência sobre esta (SODRÉ, 2012).

A contínua intersecção das formas de vida tradicionais com a evolução tecnológica dos meios de comunicação implica em uma nova realidade histórica – a do bios midiático –, reorganizando o nosso estar no mundo com a necessidade da nossa presença simultânea, instantânea e global em um regime de visibilidade pública regido pelo poder mercantil.

2.4.4 Democratização cultural e recorte de classe

Já foi exposto neste trabalho sobre a democratização do acesso aos meios de produção e de distribuição dos produtos culturais devido aos constantes avanços tecnológicos e em alguns meios sociais isto é tido como verdade absoluta. No entanto, muitas vezes se deixa de refletir sobre a questão da democratização fora dos nichos em que este acesso não é questionado.

Leote (2008) pontua que a inclusão digital não abrange todas as classes sociais, e em algumas, a inclusão é limitada. A limitação se dá pela forma de como a internet é acessada. Algumas pessoas têm acesso pleno à internet apenas na universidade ou no trabalho

Para Canclini (2011), a democratização cultural só é possível desde que todos tenham acesso aos recursos educacionais para desfrutar plenamente do que os bens culturais têm a oferecer. A simples disponibilidade material dos bens culturais não é democratização.

Na mesma linha, Sodré (2012) sugere que a simples presença no espaço virtual não basta. Os indivíduos com baixa escolaridade e que tenham pouca compatibilidade com as tecnologias cognitivas agora dominantes tendem a se tornar irrelevantes, não visibilizados e descartáveis.

Aos advindos dos estratos privilegiados que possuem acesso à educação formal completa, empregos e renda, as possibilidades de ascender no regime de visibilidade pública são maiores.

A circularidade do consumo é o princípio unificador do bios midiático que é socialmente produzido pelo sistema capitalista, neste sentido, Sodré (2012) aduz que a inserção igualitária dos indivíduos no mercado e nas tecnologias controladas por este sistema é utópico. Mas uma utopia que se oferece como aceitável, visto que a orientação pelo consumo faz encobrir a despolitização da vida pública.

Portanto, a distribuição de renda desequilibrada, a falta de formação qualificada, consumo equilibrado e integração social impedem uma democratização real e plena do sistema produtivo vigente, o que nos leva a crer que o estudo aqui proposto pressupõe um recorte de classe.

2.5 Considerações sobre estruturas de sentimento relacionadas à produção audiovisual na música independente

Quando se analisa obras de arte, e aqui entendemos estes vídeos como tal, Williams (apud CEVASCO, 2001) faz uma crítica a análises formalistas, que deixam de lado a experiência histórica e material nas quais estas obras são realizadas.

Para dar conta da experiência material situada em um determinado período cronológico, Williams (1979) apresenta a ideia de “estrutura de sentimento⁵⁸” como algo que se relaciona com a definição de formas e convenções na arte como elementos intrínsecos ao processo material social. As estruturas de sentimento são processos vivenciados, e estas formas e convenções surgem como “[...] resultado de escolhas feitas por comunidades historicamente situadas e em resposta a mudanças que não são estritamente artísticas” (CEVASCO, 2001, p.152).

A ideia de estrutura de sentimento tenta “[...] descrever a relação dinâmica entre experiência, consciência e linguagem, como formalizada e formante na arte, nas instituições e tradições” (CEVASCO, 2001, p. 151), e a sua análise contribui para o entendimento da proposta do materialismo cultural, como explica a leitura de Cevasco (2001):

Ou seja, [a estrutura de sentimento] trata-se de descrever a presença de elementos comuns em várias obras de arte do mesmo período histórico que não podem ser descritos apenas formalmente, ou parafraseados como afirmativas sobre o mundo: **a estrutura de sentimento é a articulação de uma resposta a mudanças determinadas na organização social**. Por essa via, dá conta do aspecto formante da obra de arte. O artista pode até perceber como única a experiência para a qual encontra uma forma, mas a história da cultura demonstra que se trata de uma resposta social a mudanças objetivas. O mais usual é que na história da cultura essas respostas supostamente únicas sejam depois reunidas como características de um grupo ou ‘formação’, outro termo recorrente nas análises de Williams. (CEVASCO, 2001, p. 153, grifo nosso).

O interesse na análise das estruturas de sentimento se dá na forma como os significados e valores são vivenciados, e na variabilidade das relações entre eles e na forma com as quais eles se dão na prática. A “estrutura” é definida por elementos vivenciados no tempo presente que se relacionam entre si.

⁵⁸ No original, “structure of feeling”.

Não obstante, estamos também definindo uma experiência social que está ainda em processo, com frequência ainda não reconhecida como social, mas como privada, idiossincrática, e mesmo isoladora, mas que na análise (e raramente de outro modo) tem suas características emergentes, relacionadoras e dominantes, e na verdade suas hierarquias específicas. (WILLIAMS, 1979, p.134).

O termo estrutura de sentimento é alçado para compreender as relações subjetivas e vivas do presente. Williams (1979) chama atenção para a percepção das transformações em uma estrutura de sentimento através da história de uma língua, afirmando que gerações diferentes falam línguas diferentes. As diferenças marcadas por adições, exclusões e modificações também podem ser observadas em outras formas da vida social, como modos de se vestir e costumes. Estas mudanças são definidas como mudanças na estrutura de sentimento.

Jameson, ao buscar entender o pós-modernismo como uma nova estrutura de sentimento, lança luz sobre seu entendimento acerca do termo designado por Williams: a estrutura de sentimento seria encarregada de “[...] coordenar novas formas de práticas e de hábitos sociais e mentais [...] com as novas formas de produção e organização econômicas levantadas pelas mudanças no capitalismo” (JAMESON, 1991, p. xiv)⁵⁹.

Ao evidenciar novas formas e convenções, a estrutura de sentimento, aduz Cevasco (2001), é essencial para analisar a cultura, sobretudo na manifestação do novo, e na inferência de reconfigurações culturais e sociais.

A estrutura de sentimento é então uma resposta a mudanças determinadas na organização social, é a articulação do emergente, do que escapa à força acachapante da hegemonia, que certamente trabalha sobre o emergente nos processos de incorporação, através dos quais transforma muitas de suas articulações para manter a centralidade da dominação. (CEVASCO, 2001, p. 157-158).

A busca da compreensão entre “[...] arte, cultura, formações culturais e mudanças sociais” (CEVASCO, 2001, p.158) é uma questão chave para o materialismo cultural. Ou seja, a produção e a reprodução de convenções, significados, formas e valores devem ser compreendidas a partir de formações

⁵⁹ The fundamental ideological task of the new concept, however, must remain that of coordinating new forms of practice and social and mental habits (this is finally what I take Williams to have had in mind by the notion of a "structure of feeling") with the new forms of economic production and organization thrown up by the modification of capitalism – the new global division of labor – in recent years. (JAMESON, 1991, p. xiv)

sociais. O materialismo cultural dá a oportunidade de visualizar e compreender criação, produção e reprodução como são vividas na prática: “[...] determinadas por um modo de produção econômico cujas relações sociais são cimentadas também pela produção cultural” (CEVASCO, 2001, p.159)

Aqui abrimos tanto a possibilidade de a produção audiovisual na música independente em um determinado recorte temporal possuir um conjunto de características materiais e históricas comuns não percebidas pelos atores sociais que vivenciam essa experiência, quanto às consequências das mudanças na dinâmica de produção distribuição e consumo de música. Passamos agora à necessidade de evidenciar as questões econômicas implicadas por estas modificações.

3 A RECONFIGURAÇÃO DO NEGÓCIO CULTURAL

De Marchi (2017) apresenta uma leitura da teoria da destruição criadora de Schumpeter (1997) em que, para o desenvolvimento econômico, o surgimento periódico de "novas combinações" quebraria o equilíbrio entre oferta e demanda, criando novas demandas e ocasionando uma crise que só seria solucionada com uma reconstrução econômica.

O desenvolvimento, no sentido em que o tomamos, é um fenômeno distinto, inteiramente estranho ao que pode ser observado no fluxo circular ou na tendência para o equilíbrio. É uma mudança espontânea e descontínua nos canais do fluxo, perturbação do equilíbrio, que altera e desloca para sempre o estado de equilíbrio previamente existente. Nossa teoria do desenvolvimento não é nada mais que um modo de tratar esse fenômeno e os processos a ele inerentes. (SCHUMPETER, 1997 p. 75).

O fenômeno que caracteriza o desenvolvimento definido por essas novas combinações é exemplificado por Schumpeter em cinco itens:

1) Introdução de um novo bem — ou seja, um bem com que os consumidores ainda não estiverem familiarizados — ou de uma nova qualidade de um bem. 2) Introdução de um novo método de produção, ou seja, um método que ainda não tenha sido testado pela experiência no ramo próprio da indústria de transformação, que de modo algum precisa ser baseada numa descoberta cientificamente nova, e pode consistir também em nova maneira de manejar comercialmente uma mercadoria. 3) Abertura de um novo mercado, ou seja, de um mercado em que o ramo particular da indústria de transformação do país em questão não tenha ainda entrado, quer esse mercado tenha existido antes, quer não. 4) Conquista de uma nova fonte de oferta de matérias-primas ou de bens semimanufaturados, mais uma vez independentemente do fato de que essa fonte já existia ou teve que ser criada. 5) Estabelecimento de uma nova organização de qualquer indústria, como a criação de uma posição de monopólio [...] ou a fragmentação de uma posição de monopólio. (SCHUMPETER, 1997, p.76).

Em poucas palavras, as novas combinações apenas apresentam uma forma diferente de oferecer os meios produtivos já existentes no sistema econômico (SCHUMPETER, 1997). De Marchi entende esse processo como algo fragmentado entre progressos e retrocessos na transformação econômica, e como uma ação política, com vistas a estabelecer relações de poder (FLIGSTEIN, 2001 apud DE MARCHI, 2017). A sucessão de tentativas, erros e relações de poder durante a reconfiguração da indústria fonográfica exemplifica este entendimento.

Na prática, o grande empresário tem que se adequar cada vez mais à “realidade” da música independente – pois ele já não é mais o proprietário absoluto dos recursos artísticos e dos meios de distribuição e divulgação do mercado fonográfico – e o artista autônomo tem cada vez mais que gerenciar as diversas etapas que envolvem seu trabalho musical, como um empreendedor de si mesmo – pois ele já tem acesso aos meios de produção, distribuição e divulgação, além de ser o proprietário dos seus recursos artísticos.

Schumpeter (1997) dá razão a esta interpretação, afirmando que as novas combinações não serão necessariamente promovidas pelos indivíduos que detêm o controle dos processos de produção e do capital, afirmando ainda que em determinado momento, as novas combinações possibilitam também a aplicação de meios de produção já são usados.

Como regra, a nova combinação deve retirar os meios de produção necessários de algumas combinações antigas — e, por razões já mencionadas, suporemos que sempre o fazem, para dar um nítido relevo ao que consideramos ser a linha essencial de contorno. A realização de combinações novas significa, portanto, simplesmente o emprego diferente da oferta de meios produtivos existentes no sistema econômico [...] (SCHUMPETER, 1997, p. 78).

O desenvolvimento, no entendimento de Schumpeter (1997), se funda no emprego de recursos diferentes de formas diferentes, ou seja, novas combinações, que não implicam necessariamente no crescimento dos recursos gerenciados. De toda forma, as novas combinações demandam o gerenciamento de recursos que, na interface da reconfiguração do negócio cultural, não serão exclusivamente econômicos, posto que a cultura tem ocupado um espaço cada vez mais material na vida social, como sugere Teixeira Coelho:

Se economia e cultura não inverteram suas respectivas posições, de infraestrutural para superestrutural e vice-versa, o melhor pensamento reconhece hoje, no mínimo, que cultura e economia ocupam uma mesma plataforma e que a segunda é a tradução da primeira em termos materiais assim como a primeira não deixa sob algum aspecto de ser a consequência da segunda. (TEIXEIRA COELHO, 2008, p. 64).

Passaremos então à compreensão do gerenciamento da cultura como recurso a partir do entendimento de Yúdice (2006).

3.1 Cultura como recurso

Yúdice (2006) afirma que o papel da cultura propagou-se para as esferas econômicas e políticas, concomitantemente ao grande esvaziamento das noções convencionais de cultura. Ele sugere que, em vez de focar no conteúdo da cultura, é preferível fazer uma abordagem da cultura nos tempos atuais, qualificada como um recurso, por conta da aceleração da globalização.

Segundo esta abordagem, a cultura é “[...] utilizada como uma atração para o desenvolvimento econômico e artístico, como mola propulsora das indústrias culturais e como uma fonte inesgotável para as novas indústrias que dependem da propriedade intelectual” (YÚDICE, 2006, p.16).

Já o conceito de recurso, “[...] absorve e elimina distinções até então prevaletentes nas definições de alta cultura, da antropologia e da cultura de massa” (YÚDICE, 2006, p. 16). Desta forma, tanto práticas simbólicas como costumes e folclore, quanto indústrias do entretenimento e dos direitos autorais são agenciados como recursos para o turismo e para a exploração do patrimônio cultural. Assim, ao abordar a cultura como recurso, Yúdice certifica que:

[...] é muito mais do que uma mercadoria; ela é o eixo de uma nova estrutura epistêmica na qual a ideologia e aquilo que Foucault denominou sociedade disciplinar (isto é, a imposição de normas e instituições como a educacional, a médica, a psiquiátrica etc.) são absorvidas por uma racionalidade econômica ou ecológica, de tal forma que o gerenciamento, a conservação, o acesso, a distribuição e o investimento – em “cultura” e seus resultados – tornam-se prioritários. (YÚDICE, 2006, p.13).

Segundo Yúdice (2006, p.14), “[...] cada vez mais, tanto nos recursos culturais quanto nos naturais, gerenciamento é o nome do jogo”, ou seja, é pressuposto da noção de cultura como recurso o seu gerenciamento. Para ilustrar, se apresenta uma analogia com o gerenciamento de recursos naturais.

Pense em biodiversidade incluindo o conhecimento tradicional e científico que dela se tem, que, segundo a “Convenção da Diversidade Biológica”, precisa ser protegida e conservada a fim de “manter (...) seu potencial de atender as necessidades e aspirações presentes e futuras” (“Convenção 5”). Levando em consideração a propensão da empresa privada em buscar lucros a todo custo, a tendência de nações desenvolvidas de ter vantagens sobre os países em desenvolvimento, a legitimidade do conhecimento científico maior do que a tradicional, a poluição sempre crescente, e assim por

diante, então **a questão principal mais solícita é o gerenciamento de recursos**, de conhecimentos, de tecnologias, e o risco proveniente desses itens, definidos de várias formas. (YÚDICE, 2006, p. 13, grifo nosso).

A cultura está sendo cada vez mais dirigida como recurso para o melhoramento das questões econômicas e sociopolíticas, conforme afirma Braga:

Para os *policy makers*, a Cultura é invocada não apenas como motor do desenvolvimento capitalista, mas torna-se a própria lógica do capitalismo contemporâneo, uma transformação que coloca em xeque muitos de nossos pressupostos mais básicos acerca do que constitui a sociedade humana. (BRAGA, 2015, P. 222).

A orientação da cultura como um recurso fomenta o refinamento sociopolítico e econômico e a torna mais presente nos conflitos sobre cidadania e na emergência do capitalismo cultural. A esfera cultural foi promovida a um protagonismo nunca antes visto em decorrência de: maior distribuição de bens simbólicos como filmes, música e programas de televisão no mercado internacional; e a desmaterialização das fontes de crescimento econômico, como os direitos de propriedade intelectual. Percebendo essas modificações na compreensão de cultura e o que realizamos em seu nome, Yúdice afirma:

Pode-se dizer que a cultura simplesmente se tornou um pretexto para a melhoria sociopolítica e para o crescimento econômico, mas, mesmo se fosse esse caso, a proliferação de tais argumentos nos fóruns onde se discutem projetos referentes à cultura e ao desenvolvimento locais, bem como na UNESCO, no Banco Mundial e na assim chamada sociedade civil globalizada que reúne fundações internacionais e ONGs, todos esses fatores têm operado uma transformação naquilo que entendemos por cultura e o que fazemos em seu nome. (YÚDICE, 2006, p.21).

Assim sendo, a cultura “[...] passa a se constituir, em projeto, como alicerce para o desenvolvimento de uma estratégia europeia de crescimento inteligente, sustentável e inclusivo, para promover a um só tempo a estabilidade, a compreensão mútua e a cooperação mundial” (BRAGA, 2015, p. 222).

A ligação entre âmbito cultural, político e econômico não é recente. A cultura aparece no século XVIII e se alonga pelos séculos XIX e XX como meio da esfera pública para internalizar o controle social da esfera pública, através de

disciplina e governamentalidade (YÚDICE, 2006). Sobre este contexto, expôs o autor:

A cultura proporcionou não somente uma melhoria ideológica, segundo a qual as pessoas seriam avaliadas em termos de valor humano, mas também uma inscrição material nas formas de comportamento. O comportamento humano foi transformado pelas exigências físicas envolvidas na movimentação pelas escolas e museus: o modo de andar, de se vestir, de falar etc. o que também foi bem estudada é a utilização política da cultura para promover uma ideologia em particular com vistas a interesses clientelistas ou à bajulação nas relações exteriores. (YÚDICE, 2006, p.26).

Da mesma forma que no âmbito econômico, no século XIX, na Europa, ocorreu uma expansão da submissão do escritor e do artista ao comando comercial. Nesse cenário e com a o surgimento de novas tecnologias “[...] como a litografia, a fotografia, o filme e a gravação de som, alguns teóricos e críticos chegaram a definir arte em contraposição ao comercial”. (YÚDICE, 2006, p.27).

Segundo Yúdice, atualmente, é muito difícil haver declarações públicas que não reúnam a instrumentalização da cultura e da arte. Sobre isso, afirma o autor:

[...] para melhorar as condições sociais, como na criação de tolerância multicultural e participação cívica através de defesas como as da UNESCO pela cidadania cultural e por direitos culturais, ora pra estimular o crescimento econômico através de projetos de desenvolvimento cultural urbano e a concomitante proliferação de museus para o turismo cultural, culminados pelo crescente numero de franquias de Guggenheim. (YÚDICE, 2006, p.27).

O papel adicional contendo a cultura se deve em parte a diminuição do incentivo estatal direto de todos os serviços sociais, incluindo a cultura, necessitando assim, de nova técnica de legitimação na era pós-Ford e pós-Direitos Civis nos Estados Unidos. A defesa da concentração da cultura para resolver os problemas sociais não é algo novo, mas ela se manifestava de outras formas no passado, quando servia de produção e reprodução ideológica de cidadãos dignos da burguesia ou do proletariado. Apesar da existência, por um longo período de programas para terapia artística para presidiários ou deficientes mentais, a cultural não era considerada apropriada para problemas sociais, como genocídio ou racismo. Também não foi considerada como um fomento para o desenvolvimento econômico (YÚDICE, 2006).

O papel utilitarista para estabelecer a legitimação da cultura é então indagado. Primeiro pela problematização do uso da cultura como um “expediente nacional”, problematizado pela globalização da cultura na aproximação entre diferentes povos. Segundo pelo fim da Guerra Fria, que acabava com patrocínio irrestrito às artes, até então manifestado como diferencial dos Estados Unidos em relação à União Soviética.

A Guerra Fria promovia o argumento legitimador da utilidade da cultura como liberdade artística do país. Sem este argumento, novas definições da utilidade da cultura começaram a aparecer desenfreadamente nos Estados Unidos. A arte se voltou por inteiro a um conceito alargado de cultura que pode solucionar problemas, até mesmo o de formação de empregos. Seu escopo é contribuir com a diminuição dos dispêndios concomitantemente ao auxílio da continuidade do nível de intervenção do Estado para a estabilidade do sistema capitalista (YÚDICE, 2006)

Yúdice (2006) afirma que a estratégia de reduzir os gastos estatais pode soar como o encerramento das atividades culturais e artísticas sem finalidade lucrativas. No entanto, esta estratégia caracteriza sua possibilidade de continuidade. O setor da cultura e da arte defende que consegue solucionar problemas dos Estados Unidos, auxiliando na modificação da danificação urbana por intermédio do turismo cultural, criando empregos, aperfeiçoando a educação, atenuando conflitos raciais, reduzindo a criminalidade e eventualmente, gerando lucro.

Assim como essa reorientação das artes é exercida pelos administradores estatais, os artistas também passam à necessidade de gerenciar o social. Ao mesmo tempo em que os estudos e pesquisas acadêmicas se direcionam aos profissionais da gestão que orientam os profissionais autônomos ao gerenciamento corporativo de seus negócios, a expansão do setor artístico e cultural cria:

[...] uma enorme rede de administradores da arte que intermedia as fontes de fomento, por um lado, e artistas e/ou comunidades por outro. Como suas contrapartes na universidade e no mundo dos negócios, eles precisam produzir e distribuir os produtores de arte e cultura, que, por sua vez, alimentam comunidades ou consumidores (YÚDICE, 2006, p.29).

Deste modo, o artista também é levado a ter que gerenciar seu próprio trabalho além da esfera artística, tomando para si a responsabilidade sobre a gestão

de toda a sua carreira nas esferas social, cultural e econômica, se tornando uma espécie de empreendedor de si mesmo.

3.2 O artista independente como empreendedor cultural

Schumpeter (1997) traz a definição de “empreendimento” como a execução de novas combinações e de “empresários” como aqueles incumbidos de executá-las.

Segalla (2008, p. 5) relaciona o empreendedorismo com o tema da administração, uma vez que “[...] como característica intrínseca, o ato de administrar é entendido como a arte de gerir algo, de modo a conduzir um negócio, organizar um setor ou controlar pessoas”.

Diante das alterações estruturais que modificaram o âmbito econômico nas últimas décadas, o empreendedorismo provoca interesse da academia, dos órgãos públicos e privados. Notadamente no âmbito científico, definir a palavra empreendedorismo e o ato de empreender tem sido uma tarefa difícil (GUERRA; PAIVA JÚNIOR, 2011, p. 81).

Ao revisar a literatura sobre o início do empreendedorismo no Brasil, Guerra e Paiva Júnior (2011) notam que ele surge imbuído de características do modelo realizado nos Estados Unidos. O empreendedor ideal se baseia em um padrão machista regido pelo etnocentrismo com visão exclusivamente mercantil sem se direcionar para o desenvolvimento local ou para a representatividade de minorias sociais.

Posto isto, os autores alegam a concepção de uma outra visão de empreendedorismo, que compreenda a cultura como espaço de luta e resistência. Para conceber este “outro” empreendedorismo é necessário estabelecer uma postura que possa interferir nas estruturas da sociedade, através do pensamento crítico e um conhecimento multidisciplinar. Assim, o empreendedor ideal para a atuação na produção cultural é aquele que vai além de uma prática exclusivamente econômica, percebendo o contexto amplo levando em consideração as circunstâncias da estrutura social (GUERRA; PAIVA JÚNIOR, 2011)

Nessa conjuntura de modificação, a atuação dos empreendedores está pautada em um “perfil reflexivo de atuação”, se apresentando como “[...] hábeis

observadores dos ambientes externo e interno de organização” (GUERRA; PAIVA JÚNIOR, 2011, p. 82).

O empreendedor cultural não se centraliza na produção cultural em si. Ele expande suas atividades ao longo da cadeia produtiva cultural (SEGALLA, 2008, p. 17). No mesmo sentido, Klamer (2011, p. 146) apresenta a visão de empreendedor cultural presente no relatório da secretaria de cultura holandesa de 1999 como a combinação de duas capacidades:

1. Conhecimento e sensibilidade para as artes e processos criativos, possivelmente aliados à habilidade de perceber talentos criativos;
2. Conhecimento e compreensão do potencial das técnicas de público e mercado⁶⁰.

A referida visão tinha como proposta promover a prática de negócios para artistas e organizações artísticas, objetivando conectar arte e mercado.

Segundo Segalla (2008, p. 17), os empreendedores culturais “[...] seriam responsáveis por ambos os processos, tanto de geração do conteúdo criativo quanto de gestão e exploração de seus resultados”. Dessa forma, pode-se notar que os empreendedores culturais almejam atuar em todo processo, seja de divulgação, seja de comercialização do bem ou serviço, não sendo suficiente, assim, apenas conceber um bem.

Banks, Connor, Lovatt e Raffo (2000, p. 453) conceituam o empreendedor cultural como aquele “[...] diretamente envolvido na produção de bens e serviços culturais: produtos cujo valor principal é simbólico, derivado de sua função como portadores de significados – em imagens, símbolos, signos e sons”⁶¹.

Ademais, o empreendedorismo cultural também é tido como espaço motivado por ideias e marcado pela flexibilidade empresarial, inovação, criatividade, e pela união do local com o global (BANKS et al., 2000).

Sendo assim, pode-se relacionar o empreendedorismo cultural com a economia informacional pós-industrial direcionado “[...] pelo risco e por redes sociais

⁶⁰ Tradução do autor. Do original: “1. Knowledge of and sensitivity towards the arts and creative processes, possibly combined with the ability to spot creative talents 2. Knowledge and comprehension of the potential public and marketing techniques” (Klamer, 2011, p. 146)

⁶¹ Tradução do autor. Do original: “Cultural entrepreneurs we understand as those directly involved in the production of cultural goods and services: products whose principal value is symbolic, derived from their function as carriers of meaning – in images, symbols, signs and sounds” (Banks et al. 2000, p. 453)

asseguradas pela confiança mútua entre seus membros” (GUERRA; PAIVA JÚNIOR, 2011, p. 82).

Desse modo, o empreendedor “[...] mais do que um gestor de recursos e atividades, é um gestor de oportunidades do mercado, tomando o risco necessário para que sua ideia seja promovida” (SEGALLA, 2008, p.18).

O empreendedorismo não tem traços estritamente individuais. O ato de empreender tem caráter multidimensional, ou seja, o empreendedor se associa com grupos sociais que se encontram fora do seu empreendimento. Ele não deve estar pautado estritamente por características individuais, visto que é na correlação com o outro que o alicerce é formado. Assim sendo, o sujeito é a parte de um todo: uma unidade que se reproduz socialmente ordenado por uma solidariedade social (BANKS et al., 2000)

Os empreendedores culturais evidenciam um novo tipo de conexões com seus pares que são marcadas pelas possibilidades e oportunidades, “[...] em meio ao risco, à individualização e à pluralidade” (GUERRA; PAIVA JÚNIOR, 2011, p. 83) que marcam a contemporaneidade. Ademais, essa conjuntura é marcada pelo surgimento de novas formas de trabalho e aprendizado ligados “[...] a um perfil mais reflexivo”. Sobre o tema, os autores afirmam que:

Os empreendimentos desenvolvidos por esses empreendendo no campo da cultura se inserem em [...] redes e clusters, imersos na troca de conhecimentos e experiências e exigem formas distintas de motivação, organização e relações de trabalho guiadas e constituídas por formas características de gestão do risco e de desenvolvimento de confiança, processos centrais na transformação social da modernidade tardia. (GUERRA; PAIVA JÚNIOR, 2011, p. 83).

Com relação ao assunto, é importante ressaltar o formato de organização disciplinada por projetos, provavelmente sendo a mais usada pelos empreendedores. Os projetos colaboram “[...] para a redução do risco, a inovação e a flexibilidade das organizações” (GUERRA; PAIVA JÚNIOR, 2011, p. 83).

Klamer (2011, p. 153-154) compreende o empreendedor cultural em sua própria perspectiva da economia cultural, enfatizando os seguintes elementos:

(a) A economia se trata da compreensão de valores. Valores econômicos são os salários e outras receitas que permitem cada um perceber a importância dos valores sociais e culturais. Valores sociais se referem aos relacionamentos, status social, identidade e

afins. Valores culturais se referem a valores espirituais, estéticos e àqueles que carregam um senso de significado para a vida.

(b) Arte é geralmente compreendida como um bem comum, ou seja, um bem dividido por um grupo de pessoas. A compreensão do valor da arte, portanto, requer a inclusão do diálogo para que o bem comum apareça.

(c) A compreensão dos valores acontece em diferentes esferas. Economistas tendem a se direcionar para as esferas de mercado e governo e perceber a compreensão de valores prioritariamente nestes âmbitos. Negócios, governos e mercado representam a grande parte dos produtos nacionais. Mesmo assim há outras duas esferas para a compreensão de valores sociais e culturais (conforme sublinhado em Lavoie 2000, p.6). Os Oikos são as esferas pessoais em que se compreendem o bem comum, como nas famílias, um senso de cuidado e responsabilidade mútua. Na esfera social, as pessoas percebem valores sociais como comunidade, senso de identidade, solidariedade, vizinhança, estado, segurança, sociabilidade, amizade, e assim por diante. É nesta esfera informal, designada geralmente como sociedade civil, que é crucial para a percepção dos valores sociais e culturais da arte. As artes demandam diálogo, trocas informais para serem compartilhadas. Transações no mercado são importantes, mas dependem das interações informais da esfera social⁶².

Partindo desta perspectiva, Klamer entende o empreendedor cultural como pessoas obstinadas para a compreensão dos valores culturais, utilizando a economia como um instrumento para cumprir valores culturais.

O empreendedorismo cultural necessita envolver mais do que habilidades de mercado e sensibilidade ao processo artístico, envolve também o poder persuasivo de trazer o possível público de

⁶² Do original: (a) The economy is about the realization of values. Economic values stand for the income and other revenues that allow people to realize the important social and cultural values. In case of social values, think of relationships, social status, an identity and the like, and cultural values refer to spiritual, esthetic, and other values that convey a sense of meaningfulness to life. (b) Art tends to be realized as a common good, that is, as a good that is shared by a group of people. Realizing the value of art, therefore, requires the inclusion in one conversation or another in which the commonness can come about. (c) The realization of values takes place in different spheres. Economists tend to focus on the spheres of the market and the government and perceive the realization of values mainly in those domains. Businesses, governments, and markets account for the gross national product. Yet, there are two other spheres for the realization of other values, such as social and cultural values (as Lavoie underscores in 2000, p. 6). The oikos is the personal sphere where people realize common goods (and bads) like families, a sense of care and mutual responsibility. In the social sphere, people realize social values like community, a sense of identity, solidarity, neighborhood, country, security, conviviality, friendship, and so on. It is this informal sphere, more generally denoted as civil society, that is critical for the realization of the social and cultural values of the hearts. The arts require conversations, informal exchanges in order to be shared. Transactions in the market place are important but subordinate to the informal interactions in the social sphere.

arte para o discurso de perceber a arte como bem comum (KLAMER, 2011, p. 154)⁶³.

Com a flexibilização das estruturas de produção e distribuição, o artista independente se vê diante de um novo paradigma produtivo no mercado da música, necessitando lançar mão de uma rede de negócios, sem abrir mão da sensibilidade do processo artístico, negociando não só seu trabalho como produto, mas também valores sociais e culturais. Este novo paradigma é marcado pela constante atualização tecnológica tanto para a produção quanto para a distribuição dos bens culturais, como veremos na análise realizada nesta pesquisa, mas antes, descreveremos o percurso metodológico que nos possibilitou chegar a análise apresentada no último capítulo.

⁶³ Do original: “[...] cultural entrepreneurship has to involve more than marketing skills and sensitivity to the artistic process; it also involves the persuasive power to induce a candidate for art into the appropriate conversation and to realize it as a common good.” (Klamer, 2011, p. 154).

4 PERCURSO METODOLÓGICO:

Conforme colocado por Hissa (2012), o processo de pesquisa não é uma linha reta entre o problema e o resultado da pesquisa. Ele ainda desafia as metodologias tradicionais, provocando com uma analogia de que algumas pesquisas já iniciam com o alvo entre as mãos e partem à procura do arco e da flecha que já sabem onde estão. Para Hissa, “[...] a metodologia é um processo histórico e criativo que vai se fazendo deste o projeto” (2012, p. 125). Deste modo, os objetivos de uma pesquisa se articulam às metodologias que vão se construindo no decorrer do percurso da pesquisa.

Morin (1999) também é partidário da ideia de que o método deriva do nosso percurso, contribuindo para responder ao desafio da complexidade dos problemas. Estudioso e tradutor da obra de Edgar Morin, Silva (2005) expõe que a metodologia intrínseca do campo da Comunicação evolui pela exposição de ideias, pelo percurso. E, aqui, pontuamos este estudo como uma intersecção entre Comunicação e Cultura, e assim, como parte das ciências sociais.

Silva defende uma “[...] aventura intelectual polissêmica, plurimetodológica, inventiva e elaborada na caminhada de cada pesquisa” (2005, p. 158). A metodologia como meio que possibilita alcançar um fim determinado previamente é razoável ao mesmo tempo em que é contraditório, pois deste modo, se fecha as portas ao desconhecido, visto que a essência da pesquisa está no imprevisível. Em uma leitura de Morin, Silva justifica que o meio – o caminho metodológico – é mais processo do que suporte. “O método é a constante alteração do proposto, pois, a cada passo, algo muda no ponto de vista, dado que já se tem a vista de outro ponto. Todo método é uma narrativa aberta”. (SILVA, 2005, p. 162).

Desta mesma maneira, o caminho metodológico desenvolvido neste trabalho se estruturou durante sua própria construção. Nosso pensamento primeiro foi o de apenas confirmar cientificamente ideias que já se tinha como definitivas, entretanto, a cada etapa da pesquisa fomos sendo confrontados com novos fatos e informações.

4.1 Construção dos elementos da pesquisa

Inicialmente, este trabalho tinha uma proposta de realizar um estudo de caso comparativo a partir do modelo proposto por Yin (2010), com vistas a apurar se as articulações entre a produção audiovisual e a trajetória da banda Jack Devil e do cantor Phill Veras se desenvolveriam de maneira similar por se tratar de dois artistas inicialmente independentes apesar de serem de gêneros musicais completamente distintos⁶⁴.

Naquele momento, o estudo de caso comparativo exploratório nos pareceu conveniente por se tratar de um estudo sobre relações às quais havia pouco ou nenhum controle do pesquisador, e visava o aprofundamento de um fenômeno pouco investigado (YIN, 2010).

Uma das hipóteses partia da ideia de que ambos os artistas partilhariam de processos socioeconômicos e culturais semelhantes próprios da produção independente, e poderiam ter a coincidência de alguns atores sociais nas suas trajetórias. Outro fato a favor desta visão para o trabalho foi o de que ambos terem estreado com vídeos musicais em 2012, o que nos parecia um sinal para a proposta de traçar um paralelo entre as duas trajetórias artísticas através dos vídeos.

Na tentativa de contruir um corpus para esta pesquisa, ponderou-se buscar informações na trajetória de outros artistas que também apresentavam alguma produção audiovisual, foi quando se percebeu que não havia casos a serem comparados e sim um caso, o da dinâmica socioeconômica e cultural entre a produção do vídeo musical e a prática musical independente.

Naquele momento, ampliou-se o escopo, objetivando estudar essa dinâmica a fim de investigar o compartilhamento de condições socioeconômicas e culturais entre artistas de gêneros musicais distintos no contexto da música independente local.

Durante a fase de seleção das unidades de análise, consideramos que a escolha arbitrária ou aleatória destas unidades não nos seria satisfatória, e ainda poderia reforçar um recorte de classe subjetivamente involuntário, mesmo que utilizássemos recursos objetivos de exclusão como o alcance de visualizações daqueles vídeos no YouTube, por exemplo. Entendemos que cada artista, por mais

⁶⁴ A banda Jack Devil se identifica como Thrash Metal, enquanto Phill Veras se identifica como “música brasileira”

que processe suas atividades num mesmo gênero que outro, pode negociar relações extra-locais, operando em públicos diferentes e assim conseguindo um alcance maior ou menor que outros.

Portanto, consideramos ampliar mais ainda o escopo deste trabalho, ainda que perdêssemos em profundidade. As principais vantagens dessa ampliação foram a de apresentar um trabalho com resultados mais objetivos, além de fornecer para a comunidade acadêmica, substratos consideráveis para futuros trabalhos.

Deste modo, definimos nossa amostragem como os vídeos musicais produzidos em São Luís entre 2012 e 2018, para tanto, o nosso passo seguinte foi realizar uma videografia do período e em então analisá-la.

Compreendendo corpus como uma “[...] uma coleção finita de materiais, determinada de antemão pelo analista, com (inevitável) arbitrariedade, e com a qual ele irá trabalhar” (BARTHES, 1967:98 apud BAUER; AARTS, 2008, p. 44). Consideramos imagens e música como materiais significantes da vida social.

Segundo Biber (apud BAUER; AARTS, 2008), o corpus representativo do trabalho deve ser visto de forma cíclica, pois não podemos predeterminar a priori como se parecerá este corpus. É preciso equilibrá-lo através de sucessivas correções, compensando vieses que vão sendo identificados no decorrer do trabalho. Há duas regras na construção do corpus: 1) ela deve começar de diferentes contextos, vez que a variação externa depende da percepção da variedade interna e 2) a variedade dialética interna deve ser maximizada, através da extensão dos registros que estão sendo considerados.

Portanto, devem-se seguir as seguintes etapas: parte-se da 1) Investigação empírica piloto e análise teórica; para o 2) delineamento do corpus; seguindo-se para a 3) compilação de porção do corpus; e conseqüentemente a 4) investigação empírica; após esta, retorna-se para o 5) delineamento do corpus novamente, a partir da percepção do que já se compilou para re-delinear e re-compilar caso se julgue necessário. Assim se descreve o delineamento do corpus como um processo cíclico, tal qual realizamos aqui. Isto se resume a selecionar, analisar e selecionar de novo até que não se descubra mais variedade.

4.2 Coleta de dados

Entretanto, como o nosso recorte cronológico não se encontra suspenso na história, primeiramente buscamos registros da produção de vídeos musicais anteriores a 2012. A fonte que nos pareceu mais fidedigna para traçar esse caminho foi a partir dos catálogos do Festival Guarnicê de Cinema, que consta como o primeiro registro de vídeo musical datado de 1990 e o mais recente em 2011, de acordo com estes dados nos foi possível construir um antecedente histórico à nossa pesquisa. Assim empreendemos em uma pesquisa documental.

A pesquisa documental é um procedimento que lança mão de “[...] métodos e técnicas para a apreensão, compreensão e análise de documentos dos mais variados tipos” (SÁ-SILVA; ALMEIDA; GUINDANI, 2009, p. 5). Estes métodos e técnicas incluem a organização e categorização das informações que virão a ser analisadas para conseqüentemente se elaborar sínteses. Os documentos podem indicar, esclarecer ou provar questões conforme o direcionamento da pesquisa (FIGUEIREDO, 2007).

Por considerar que conteúdos acadêmicos como artigos e teses são também documentos, a pesquisa documental se difere da bibliográfica por buscar suas informações em documentos que não receberam nenhum tratamento científico, ou seja, fontes primárias⁶⁵ (SÁ-SILVA; ALMEIDA; GUINDANI; 2009). Tudo o que serve como indício do passado, desde textos a vídeos ou qualquer tipo de registro de informação que possa ser consultado pode ser considerado como fonte documental de pesquisa. São consideráveis ainda como documento, relatórios de entrevista ou observações (CELLARD, 2008). Neste sentido, não só o material primário consultado para nossa coleta de dados é uma fonte documental, como a própria videografia elaborada durante esta pesquisa pode ser considerada um documento.

A noção de “documento digital” é apresentada por De Almeida (2011) como aquele que, codificado em sistema digital binário, tem seu acesso intermediado por uma máquina. Neste sentido, cada página virtual no YouTube onde consta um dos vídeos aqui consultados – o qual chamamos de link do vídeo – é um

⁶⁵ “As fontes primárias são dados originais, a partir dos quais se tem uma relação direta com os fatos a serem analisados, ou seja, é o pesquisador (a) que analisa” (SILVA; ALMEIDA; GUINDANI, 2009, p. 6)

documento. Por considerar que estes vídeos são disponibilizados por seus próprios autores ou detentores dos seus direitos e podem ser exibidos em outros suportes, como programas de televisão e sessões em salas de cinema e outras mostras, são eles considerados “documentos primários digitalizados”.

Para construir um corpus para este trabalho, partimos do pressuposto estabelecido na cultura local de que a Rádio Universidade FM é a “principal base de lançamento”⁶⁶ da música maranhense. Reconhecida pela comunidade artística por sua atuação com o Prêmio Universidade FM, a rádio que opera na frequência 106,9 Mhz possui um registro anual dos lançamentos fonográficos. A ocorrência dos programas “Santo de Casa”, “Vertentes” e “Companhia da Música” abre espaço nesta rádio para a música local desde a cultura popular ao heavy metal e à música dita alternativa.

Outro ponto de partida para o cruzamento de dados a fim de estabelecer nossos elementos de análise foram os catálogos dos festivais que a partir de 2017 ofereceram um espaço para o videoclipe, as Mostras Maranhão na Tela de 2017 e 2018, a Mostra Cinema Novo Maranhense de 2018.

A partir destas diferentes fontes, buscamos no YouTube – entendendo este como o principal meio para o vídeo musical na atualidade – a ocorrência de vídeos musicais tanto a partir dos artistas que lançaram músicas no período escolhido, quanto a partir dos realizadores audiovisuais com alguma produção no recorte determinado. Levamos em consideração neste trabalho apenas vídeos em que foi possível identificar finalização de áudio e vídeo, entendendo com isto que áudio e vídeo foram captados de fontes separadas e finalizados através de processos de edição. O critério mais objetivo que encontramos para dar essa distinção no caso vídeos de apresentações ao vivo é a possibilidade de distinção clara dos elementos sonoros: voz e instrumentos musicais.

Construímos assim, a partir do cruzamento de dados obtidos em uma pesquisa documental – considerando inclusive os registros encontrados no YouTube como um acervo documental – o que propomos ser uma videografia da produção de vídeos musicais em São Luís de 2012 a 2018.

⁶⁶ Expressão utilizada por vezes como slogan da Rádio Universidade FM

4.3 Caracterização da pesquisa

O caminho aqui explorado decorreu da necessidade de se desenvolver recursos para responder questões que julgamos mais complexas – o caso da dinâmica socioeconômica e cultural entre produção audiovisual e produção musical –, que a partir dos resultados aqui obtidos, podem ser respondidas estudos posteriores. O levantamento bibliográfico e documental, a análise dos exemplos elencados para compreender o contexto aqui estudado, o caminho construído para obter nossas unidades de análise, são características de uma pesquisa exploratória tal qual descrita por Gil (2007; 2008).

Procuramos identificar os artistas que possuem representação em vídeo, os realizadores destes vídeos, a sua distribuição anual, a ocorrência de subcategorias de vídeos musicais como as sessões ao vivo e as videoletras. Identificamos ainda o caráter das equipes das produções, seja as de estrutura mais cinematográficas ou aquelas que se apresentam com equipe reduzida. Buscamos detectar também quem são os produtores destes vídeos, sua relação com os artistas musicais e com outras atividades como a publicidade, cinema e produção musical.

Desta forma, nos familiarizamos com o fenômeno da produção de vídeos musicais em São Luís, o que nos possibilita o desenvolvimento de hipóteses mais claras e novos problemas para futuros estudos que possam aprofundar questões referentes a outros aspectos mais particulares deste tipo de produção.

5 ANÁLISE DA PRODUÇÃO DE VÍDEOS MUSICAIS NA MÚSICA INDEPENDENTE

Conforme já anunciado, a escolha do recorte cronológico deste trabalho entre 2012 e 2018 se deve a uma observação relatada em um trabalho anterior, a monografia de graduação que se debruçou sobre as articulações da música independente em São Luís no período de 2009 a 2014 (BATISTA, 2014). O trabalho que se antecede a este percebeu um aumento na ocorrência de vídeos musicais de artistas ludovicenses a partir de 2012, o que se pretende verificar neste capítulo. Entretanto, o audiovisual na música independente a partir de 2012 não pode ser encarado como um fenômeno suspenso no ar, com isto em vista, não podemos negligenciar os fatos passados, portanto, para verificar a ocorrência de vídeos musicais em São Luís, nos direcionaremos a uma análise da ocorrência de videoclipes nos arquivos do Festival Guarnicê de Cinema.

Todos os vídeos citados aqui estão relacionados nas tabelas construídas pelo autor deste trabalho, disponíveis nos apêndices, e foram verificados por último em 27 de junho de 2019.

5.1 Antecedente histórico: videoclipes maranhenses no Festival Guarnicê (1989-2011)

O Festival Guarnicê de Cinema surgiu em 1977 com o nome de “Jornada Maranhense de Super 8”, foi rebatizado em 1990 em alusão à maior manifestação folclórica do Maranhão, o Bumba-meu-boi e figura hoje como um dos mais antigos festivais de cinema e vídeo do país (UFMA, 1991). O festival é realizado pela Universidade Federal do Maranhão através do Departamento de Assuntos Culturais, incentivando a produção audiovisual e promovendo a cultura cinematográfica no estado.

Os videoclipes começaram a ter espaço nas mostras competitivas de vídeos, criadas em 1986, ao lado de vídeos experimentais, vídeo-arte, animações, ficções e documentários que não eram realizados em película cinematográfica.

De acordo com os catálogos do festival, a primeira ocorrência de um vídeo musical maranhense data de 1989. A relação dos vídeos catalogados no Festival está acessível no apêndice “A” deste trabalho.

A relevância da categoria salta aos olhos em 1995, quando o festival instaura o “1º Troféu Guarnicê para Melhor Vídeo Clip”, no qual concorreram seis produções maranhenses do total de catorze inscritos. A categoria competitiva de videoclipes finda em 2011, na sua 17ª edição.

Um dos pontos que chama a atenção ao analisar os catálogos do festival é o fato de que boa parte dos clipes é assinada por empresas de publicidade e emissoras de TV. Outra parte menor não é declaradamente assinada por estas empresas, mas é creditada a diretores e produtores que estão presentes na autoria destas produções de emissoras e empresas. Ou seja, a maioria da produção de videoclipes durante esse período foi concentrada nas mãos de uma minoria de autores com acesso privilegiado aos meios de produção audiovisual.

Outro ponto que nos chama a atenção é o fato de que nem todos os concorrentes da categoria videoclipe são vídeos musicais, conforme sugerido por algumas sinopses. Por exemplo, no troféu de 1996 competiram como “vídeo clip” produções descritas como "adaptações de poemas", "experiências visuais complementadas com música" e três produções sem título oriundas de São Paulo, cuja sinopse consta “exaltação da beleza feminina”. Outro exemplo é o "Clip Praia Grande", no troféu de 2001, que tem em sua sinopse "Video Clip em homenagem à história da Praia Grande, centro histórico de São Luís-MA", com duração de trinta segundos.

Clipes de imagens com trilhas de áudio em homenagem a cidade aparecem com certa recorrência, a exemplo do vídeo “Patrimônio” da edição de 2008, que tem como sinopse: "O clipe funde imagens da arquitetura colonial de São Luís com uma trilha dinâmica concebida na percussão de tambores, matracas e pandeirões. De forma complementar e crescente, as imagens são substituídas por cenas de manifestações folclóricas e do cotidiano popular" (UFMA, 2008).

Dos vídeos não musicais que aparecem no decorrer do “Troféu Guarnicê para Vídeo Clip” uma outra subcategoria chama mais atenção. No ano de 2007, constam catorze inscrições maranhenses de um total de dezoito competidores. Oito submissões são quadros de programas televisivos assinadas pelo mesmo autor, sendo quatro inscrições com o título de “Hot Girl”, que consistem em um “book

televisivo exibido no programa Xtreme” (UFMA, 2008)⁶⁷, e outros quatro foram quadros do programa “KN July e a galera do Passaporte da Alegria”.

Além dos exemplos citados, vários registros não nos oferecem informações suficientes em seus títulos e nem em suas sinopses para distinguir se de fato é um vídeo musical ou apenas mais um clipe de imagens com trilha de áudio.

Naquela altura, o troféu se dividia em duas premiações, uma nacional e uma maranhense. A disparidade entre a produção local e a externa pode ser percebida em algumas das produções das últimas edições do troféu (2009 a 2011) em que se pode notar uma diferença técnica de definição de imagem que nos permite categorizar os últimos vídeos maranhenses que aparecem na competição como vídeos caseiros, em relação ao que era produzido em nível nacional.

Na edição de 2009, por exemplo, tanto o vídeo de ‘Michaelboyzband – Sala de Estar’⁶⁸ e “Audi Stock – Diana”⁶⁹, ambos dirigidos por Michael Mesquita⁷⁰ se apresenta ainda no formato de tela 4:3, padrão tradicional das antigas televisões de tubo, padrão mais comum antes do advento das câmeras HD, enquanto as produções advindas de outros estados, como “Volver - Acima da Chuva”⁷¹, “Oldschool - O Bom e Velho Rocknroll”⁷², “Marxuvipano – Antivocê”⁷³ e “Velotronz - Domingo não estou no parque”⁷⁴ já se apresentam no formato de tela widescreen, ou tela panorâmica, com o formato no padrão 16:9, próprio do cinema e das televisões e câmeras de alta definição. Além desta diferença, os vídeos maranhenses mostram certo nível de experimentalidade que nos mostra mais a busca pelo desenvolvimento de um conhecimento audiovisual do que o desenvolvimento de uma linguagem estética experimental, percebido pela instabilidade em alguns movimentos de câmera e o uso excessivo de filtros de imagem e efeitos de transição.

⁶⁷ Outras inscrições referentes ao mesmo quadro de TV reaparecem na competição de 2008

⁶⁸ <https://www.youtube.com/watch?v=DCJ8e2A2bcl>

⁶⁹ <https://www.youtube.com/watch?v=WDeOXkAHCQU>

⁷⁰ Cabe aqui a informação de que Michael Mesquita é o vocalista de Michaelboyzband e também é irmão da cantora Audi, da Audistock.

⁷¹ Videoclipe da banda pernambucana Volver, disponível em:

https://www.youtube.com/watch?v=_YbwmQ1uRgc

⁷² Videoclipe da banda capixaba Old School, disponível em:

<https://www.youtube.com/watch?v=ENmQXxguTjs>

⁷³ Videoclipe da banda paraibana Marxuvipano, disponível em:

<https://www.youtube.com/watch?v=25gJuWkZVIY>

⁷⁴ Videoclipe da banda baiana Velotronz, disponível em:

https://www.youtube.com/watch?v=1Msxpp5k_po

Outras ocorrências de produções locais no catálogo do Festival Guarnicê de 2009 são “Ginástica flamenca”, dirigido por Richardson Jorge Dias da Silva e “Lavadeira”, dirigido por Evandro Filho, Ingridy Martins, Wayland Junior, José Carlos Junior e Renata Karine, ambos os registros não nos oferecem as informações necessárias para distinguir se se trata de um vídeo musical ou não. Além destas, temos em 2009 “Emanuel Jesus – Canção pra Morena”, que consiste em um vídeo ao vivo gravado no Teatro Arthur Azevedo e assinado pela produtora Fabrika Video, já no formato de tela 16:9, porém, se trata de um registro de show produzido por uma conhecida produtora publicitária, com aspecto de produção televisiva.

Na edição de 2010 há apenas uma ocorrência de vídeo maranhense no troféu Guarnicê para Videoclip, “Banda Negokaapor – Margens”, dirigido por Nicolau Leitão. O vídeo já se apresenta no formato 16:9 apesar de não ser realizado em Full HD, como algumas entradas de outros estados. Apesar do catálogo de 2010 relacionar apenas este vídeo, nossa pesquisa no YouTube partindo dos registros da Rádio Universidade nos possibilitou identificar outros vídeos musicais produzidos em 2010, como “Farol Vermelho – Meio Louco”, “Lena Machado – Chorinho de Herança”, “The Rootsman – Tribo de Jah e Clinton Featon”, “Raiz Tribal – Jah Sigo”, “Gallo Azhuu – Animal” e “Michaelboyzband – Estranha”, este último, figuraria na edição seguinte do Festival Guarnicê, a de 2011.

A última edição do troféu Guarnicê para Vídeo Clip contabiliza três produções maranhenses, “Michaelboyzband – Estranha”, “Você aqui – Audi Stock” – ambos dirigidos por Michael Mesquita e “NegoKaapor – La Sombra”, dirigido por Beto Ehongue – vocalista da banda – e também por Michael Mesquita. Todos os três vídeos aparentam um nível de experimentalidade já em busca de uma estética, entretanto ainda é possível notar uma nítida diferença na definição de imagem entre estas três obras e as outras inscritas de outros estados, como “Cise – O que me Satisfaz”⁷⁵, “Atlanta – Sábias Almas”⁷⁶, por exemplo.

Os dados oferecidos pelos catálogos do Festival Guarnicê não nos permitem gerar uma estatística sobre a produção de vídeos musicais em São Luís ou no Maranhão: primeiro pela falta na identificação de todos os vídeos inscritos na categoria videoclipe como sendo vídeos musicais e segundo pela nossa verificação

⁷⁵ Videoclipe da banda paulistana Cise, disponível em:
<https://www.youtube.com/watch?v=BQfX96czhtA>

⁷⁶ Videoclipe da banda paulistana Atlanta, disponível em :
<https://www.youtube.com/watch?v=RIY-dNlnJOY>

partindo dos registros da Rádio Universidade ter verificado vídeos musicais datados de 2010 e 2011 que não constam na competição.

Entretanto, essa análise nos faz dar a devida importância à existência da produção de vídeos musicais antes do nosso recorte cronológico e ainda ressalta a relevância que o vídeo musical ocupou no passado, possibilitando a determinação de um antecedente histórico para o momento atual. E em um termo mais particular, reforça a escolha de definição do objeto deste trabalho como vídeo musical em distinção do sentido de “videoclipe”.

5.2 Mudança de paradigma: transformações na produção e distribuição dos vídeos musicais a partir de novas tecnologias (2012 – 2018)

Esta etapa da pesquisa foi subdividida em duas fases. Primeiramente se buscou verificar a ocorrência de videoclipes disponíveis na internet a partir dos registros de 2012 a 2016 dos indicadores do Prêmio Universidade da Rádio Universidade FM. Tomamos como base estes indicadores, tendo em vista que eles funcionam como um relatório das produções de artistas maranhenses com domicílio cultural no Estado⁷⁷ realizado no período a que corresponde cada indicador anual disponibilizada à Rádio Universidade.

A partir da relação de cada ano, buscamos individualmente por cada registro de entradas nas categorias “Melhor Música”, “Melhor Reggae” e “Melhor Pop ou Pop-Rock” no YouTube para verificar a ocorrência de vídeos para aquelas músicas e artistas. Aqui cabe ressaltar a escolha de buscar nestas três categorias por entender que nelas se enquadram as atividades artísticas aqui entendidas como “música independente”, entendendo assim que as manifestações folclóricas, grupos de bumba-meu-boi e carnavalescos funcionam a partir de sua própria lógica, muitas vezes com financiamento estatal ou patrocínios privados, inclusive de indivíduos ligados à política, como deputados, vereadores e secretários de estado.

Para justificar a escolha pela busca destas entradas no YouTube para verificar a existência ou não destes vídeos, evocamos Sodré (2012) ao citar a máxima do mundo midiático, "o que não está na internet simplesmente não existe"

⁷⁷ Entende-se como domicílio cultural aqueles artistas que mesmo não sendo maranhenses desempenhe suas atividades artísticas no Estado, ou quando não residindo, desenvolva suas atividades baseadas nos aspectos culturais do Estado.

(p.29). Conforme verificado no primeiro capítulo deste trabalho, não estar na internet é não estar disponível para o público no regime de visibilidade pública e representação do capital, ou seja, o artista não é visto nem consumido pelo público. Portanto, no contexto atual, considerando o YouTube como a principal plataforma de distribuição e circulação de vídeos, podemos assumir o fato de que se determinada música ou artista não consta na plataforma, não existe vídeo para aquela obra.

Tomado este fato, a segunda fase desta etapa buscou outras entradas de vídeos musicais no YouTube a partir dos perfis dos artistas que aparecem nas relações do Prêmio Universidade e a partir de canais dos artistas e dos realizadores que assinam os vídeos já relacionados.

A partir de nossa leitura, o ano de 2012 aparece como um ponto de virada na produção dos vídeos locais, o que coaduna com dados apresentados na discussão teórica a respeito do aumento da venda de câmeras DSLR entre 2011 e 2012 (ZHANG. 2015). O levantamento levado em consideração para a análise a seguir se encontra no apêndice “D” deste trabalho e foi realizado pelo próprio autor a partir

O ano de 2012 representa um aumento na produção e o aparecimento de uma categoria que viria a se consolidar nos anos seguintes, a das sessões ao vivo, que consistem em uma gravação de uma apresentação do artista, podendo ser acústica (voz e violões) ou com banda completa, em estúdio ou em um cenário próprio para o vídeo. Encontramos um total de 21 ocorrências, sendo que destas, 16 foram de sessões ao vivo.

É neste ano que aparecem os primeiros registros dos artistas cuja videografia inicialmente figurariam motivaram este trabalho: Phill Veras, que despontou no cenário nacional com apresentação no Rock in Rio em 2013⁷⁸ e posterior turnê nacional em 2016⁷⁹; e Jack Devil, que recebeu projeção internacional com turnê na América Latina em 2015⁸⁰ e posterior turnê na Europa em 2017⁸¹.

Da produção de 2012, nos chama a atenção o fato de que o artista com maior recorrência é o Phill Veras, também nos chama a atenção todas estas 9 ocorrências do artista serem de sessões ao vivo, duas assinadas por Marcos Ponts da Cantaria

⁷⁸ <http://g1.globo.com/musica/rock-in-rio/2013/noticia/2013/08/cantor-maranhense-phill-veras-vai-tocar-no-palco-sunset-do-rock-rio.html>

⁷⁹ http://phillveras.com/?page_id=6259

⁸⁰ <https://oimparcial.com.br/noticias/2015/10/banda-maranhense-se-prepara-para-turne-na-america-do-sul/>

⁸¹ <https://oimparcial.com.br/noticias/2017/04/jackdevil-busca-conquistar-europa/>

Films⁸², três assinadas pelo estúdio Andar de Cima⁸³ e mais quatro vídeos que não tem autoria creditada, o que nos leva a entender que de alguma forma, foram viabilizados pelo próprio Phill.

A Cantaria Films assina outras produções de sessões ao vivo no mesmo ano: “Marcos Lamy – Me leva longe”, “Marcos Lamy – Sampa”, “Aziz – Como se fosse um bolero” e “Paulo Cesar Linhares – Vovó de Férias no Século XXI” no mesmo formato acústico além de “Festival Luneta Musical – PedeGinja”, com a música “Salsa de um ex-amor” em apresentação ao vivo no Teatro João do Vale e “Fúria Louca – Rock Fever” da apresentação da banda no festival Metal Open Air.

A produção da banda Jack Devil neste ano se resume ao clipe da “Under the Metal Command”, considerado pela banda como o primeiro ponto alto da banda, que possui mais de 300 mil visualizações no YouTube e contribuiu para a projeção nacional da banda⁸⁴. O vídeo foi produzido pela própria banda com apoio do Acústica Estúdio.

Além destas ocorrências, temos os vídeos das músicas: “Cabôco” da dupla de rap Plano Somma, assinado por Thompson Borrvalho; “Spray de Pimenta” do grupo Coletivo Gororoba, com direção de Ramúsyo Brasil – que também é integrante do grupo – e extensa ficha técnica disponível no link do vídeo⁸⁵; “Ilha de Tudo que é belo” de Zé Lopes, creditado a Beatriz Pinho e Marcelo Chalvinski; “Ilha do Amor”, da cantora Anna Torres, assinado pelo fotógrafo Ayrton Vale; e mais o um vídeo da música “Aquela” do cantor Glad, descrito no link como um presente ao cantor, creditado a Alexandre Mussi⁸⁶.

No ano de 2013 encontramos menos ocorrências em relação ao ano anterior, entretanto, há uma maior variedade. Das 13 ocorrências encontradas naquele ano, apenas 2 foram de sessões ao vivo, temos assim 11 demais vídeos com produções mais dedicadas aos formatos “tradicionais” de videoclipe, com imagens dos artistas ou construção de narrativas, ou ainda mesclando ambos.

Marcos Ponts da Cantaria Filmes volta a aparecer dirigindo um vídeo acústico do cantor Phill Veras com a música “Dia dois” e figura como cinegrafista do clipe

⁸² Marcos Ponts viria a estreitar como cineasta em 2015, com o filme Macapá.

⁸³ Estúdio de áudio de responsabilidade do produtor Memel Nogueira.

⁸⁴ https://www.facebook.com/pg/jackdevilband/about/?ref=page_internal

⁸⁵ https://www.youtube.com/watch?v=JwGH_JYrI18

⁸⁶ <https://www.youtube.com/watch?v=mUOr9NAL1kA>

“Fúria Louca – Fatuous Fire”, dirigido por Laila Razzo, que também dirige o vídeo “Boys Band News – Hate me and Love Me”.

Em 2013, o Acústica Studio aparece com duas produções, “Kazamata - Quem é de Deus feat. Cedric Myton” e “Suíte Master – Olhar de Desejo”, ambos assinados pela equipe formada por Rogério Pereira, Saulo Cavaignac e Jojo Lobato, no caso do vídeo da banda Kazamata, soma-se à produção executiva Jr. Muniz e Eani Paulo – que também é integrante da banda.

Outros vídeos assinados por outros realizadores foram “Rádio X – Tudo Bem”, por Rodrigo Lages; “Farol Vermelho – Quando Minha Vó Fugir de Casa”, por Milho Verde filmes⁸⁷; “Emílio Sagaz – Brio”, assinado pelo próprio cantor; “Santa Cruz – Farinha do Mesmo Saco”, por Jorrimar Sousa e Ribamar Nascimento. Além destes, há o registro não creditado de apresentação ao vivo do Grupo Afrôs no projeto SESC Amazônia das Artes com a música Maguinha Cajuína.

Até então, os registros analisados em 2013 nos permitem averiguar um maior número de realizadores de vídeos musicais, mesmo com um número total de vídeos menor em relação ao ano anterior. O ano seguinte, de 2014, sinaliza certa constância na produção audiovisual, além do surgimento da categoria de “lyric vídeos” ou videoletras como nos referimos neste trabalho, que pode ser descrito como um vídeo simples em que a letra da música aparece gradualmente na tela enquanto é cantada⁸⁸.

Nosso levantamento referente ao ano de 2014 encontrou 22 ocorrências de vídeos, sendo destes dois referentes a sessões ao vivo e um videoletra.

Percebemos que alguns realizadores voltam a aparecer, como Emilio Sagaz, que desta vez assina a direção de vídeos para outros artistas: “Nivadro – Bibelô” e “Gallo Azhuu – Homem Árvore”; e também o Acústica Studio que aparece com os vídeos: “Banda Zero Hum – Amantes”, “Tanatron – Tanatron” e “Jack Devil – Age Of Antichrist”. A banda Jack Devil também aparece com mais dois vídeos, ambos sem crédito de autoria: “Jack Devil – Flashlights”, que mostra imagens da banda em

⁸⁷ Vídeo com ficha técnica completa disponível no link:
<https://www.youtube.com/watch?v=Wml6JKHcso0>

⁸⁸ Os videoletras podem ser uma simples animação repetida em loop com a letra aparecendo como legenda, ou ainda as letras podem aparecer como uma animação gráfica, ou então pode se tratar de um vídeo do artista cantando e as letras passando tanto como forma de legenda quanto de animação.

shows e “Jack Devil – Hino do Sampaio Correia F.C.”, que exhibe a banda interpretando a música em estúdio.

Também há a ocorrência de vídeos assinados por pessoas ligadas ao cinema, como “Marcos Magah – Dedos e Anéis” com direção do cineasta Christian Caselli – diretor de clipes e curta-metragens –, e “Bruno Batista e Dandara – Rosa dos Ventos” e “Bruno Batista e Dandara – Matador”, ambos dirigidos pelo cineasta Arturo Saboia.

Outras ocorrências de 2014 por outros realizadores que valem a citação são: “Royal Dogs – Lesbianeasy loverboy”, dirigido por Vander Ferraz; “Farol Vermelho – Tantas Palavras”, dirigido por Rafael Batista – que também é integrante da banda; “Plano Somma – Ilha Sinistra”, por Freela Conteúdo; “Banda Jotas – Livre”, por Kenny Wesley; “Soulvenir – Pixel”, por Anderson França; as sessões acústicas de “Samille Araújo – Mesa de Jantar” e “Israel Costa – Seja Eu”, assinadas por Peter M. Buckland. Estes registros indicam o aumento contínuo de realizadores audiovisuais na área do vídeo musical.

O cantor Bruno Batista também aparece com o registro em vídeo da música “Ela vai chegar”, assinado por uma realizadora paulista, Alessandra Fratus.

Entre 2014 e 2015, há a gravação de dois shows completos em formato de DVD dirigido por cineastas. Um deles é o show “Lá” de Bruno Batista com a direção de Arturo Saboia. Deste não foi possível obter mais informações sobre a ficha técnica completa da gravação, que está disponível no canal do cantor no YouTube⁸⁹. O show tem data de gravação de maio de 2014 e divulgação em fevereiro de 2015.

A outra gravação em formato de DVD é assinada por Marcos Ponts, referente ao show “Phill Veras Ao Vivo no Teatro Arthur Azevedo”. O show foi gravado em 2014 e lançado em 2015 com exibição no Cine Praia Grande de São Luís, e foi considerado pelo então diretor do cinema Rafaele Petrini, com tendo um “corte extremamente cinematográfico”⁹⁰.

O show é disponibilizado em 11 vídeos no canal do cantor no YouTube⁹¹ e a ficha técnica da gravação⁹² nos mostra que alguns nomes que atuaram nesta

⁸⁹ Nove vídeos disponíveis em <https://www.youtube.com/user/BBatistaDivulgacao/videos>

⁹⁰ O show foi exibido em sessões especiais entre os dias 25 e 29 de julho de 2015. <https://imirante.com/oestadoma/noticias/2015/07/17/dvd-de-phill-veras-sera-exibido-no-cinema/>

⁹¹ <https://www.youtube.com/user/canalphillveras/videos>

produção já apareceram como realizadores de vídeos musicais aqui listados em anos anteriores ou viriam a aparecer nas relações dos anos seguintes. Podemos elencar aqui os nomes os quais identificamos: Fabio Matta, Lucas Sá, Eani Paulo Apingorah, Thompson Borralho, Laila Razzo, Arthur Costa e Henrique Sugmyama.

Além destas gravações, em 2015 foi possível encontrar mais 32 ocorrências de vídeos musicais. Destes, 8 são de sessões ao vivo e 6 de videoletras.

Neste ano, observamos que alguns realizadores continuam a produzir vídeos musicais, como: Emilio Sagaz, Arthur Costa, Marcelo Cunha, Rafael Batista, AcústicaStudio/Rogério Costa, Peter M. Buckland, Tainan Lopes e Cantaria Filmes/Marcos Ponts.

Outros nomes que começam a aparecer pela primeira vez são: Leandro Guterres, que assina os vídeos “Margos Magah – Moda” e “Rommel Ribeiro – Vide Verso”; Rairisson Acilon, responsável por dois vídeos do cantor Israel Costa; D’Preto Produções e Grupo Zona, responsáveis pelo vídeo “Tiago Máci – À Musa”; Fernanda Cuenca, que assina juntamente com João Lobato o vídeo de “Nathalia Ferro – Vila Esperança”; além destes, há a ocorrência de mais artistas e integrantes de banda assinando os próprios vídeos, como Yhago Sebaz que dirige juntamente com Gabriel Sebastian o seu clipe “Yhago Sebaz – Jovens Guerreiros” e Kiko Lisboa, que dirige o vídeo da banda a qual era baterista “Twelve Street – Long Time Ago”.

Percebemos que cada vez mais artistas e nomes ligados a bandas se apresentam como realizadores audiovisuais. Notamos também a aparição de novos nomes, indicando o aumento de pessoas relacionadas a este tipo de produção. É possível observar também que essa produção apresenta certa constância e que algumas produções se voltam à tentativa de apresentar uma aparência cinematográfica.

Esta frequência ainda não representa uma mudança de paradigma, mas pode apontá-la a partir das produções dos anos seguintes. Sodré define paradigma “[...] uma estrutura estável de representações dos processos e achados das ciências exatas e da natureza, destinada a produzir conhecimento para a ação” (2012, p. 93). Isto quer dizer que o paradigma só se realiza quando consolidado, quando tido como referencial reconhecido por toda a comunidade atuante na área. Considerando o conhecimento para a produção audiovisual como **um elenco de saberes práticos**

⁹² Disponível ao final do vídeo de “Já Vou Tarde”:
<https://www.youtube.com/watch?v=9aFbJ8AoG8U>

estruturados em processos que tem se atualizado tecnologicamente, podemos definir esse conjunto de conhecimentos como um paradigma.

A produção de vídeos musicais, como temos visto desde a entrada em cena do YouTube (2005) e das câmeras DSLR (2010), tem passado por transformações em seus modos de fazer, da produção à distribuição. Apresentamos o ano de 2012 como um ponto de virada tanto no cenário local, com o aumento de produções audiovisuais, quanto no cenário mundial, com o pico das vendas de câmeras DSLR, e o favorecimento da baixa do dólar no cenário nacional (ZHANG, 2015).

Mas é apenas em 2016 que estes novos padrões de produzir e distribuir o conteúdo parecem se estabilizar, pelo menos de acordo com nossa análise do panorama de São Luís. Portanto, temos um novo paradigma tecnológico na produção, com base na realização de vídeos com câmeras DSLR, permitindo maior flexibilidade na formação de equipes de produção – possibilitando tanto trabalhos feitos por equipes reduzidas quanto por equipes mais extensas que trabalham a partir de uma lógica cinematográfica –, e na distribuição e circulação destes conteúdos, com o YouTube, servindo como seu principal suporte e sem restrições para a divulgação em toda a internet: sites, redes sociais, blogs, dentre outros espaços virtuais.

Ao final do ano de 2016, o portal SobreOTatame.com publicou uma série de quatro posts que relacionavam 40 lançamentos audiovisuais na música daquele ano. Nossa pesquisa identificou em 2016, a ocorrência de 71 vídeos, sendo que destes, 26 foram de sessões ao vivo e 5 de videoletras, o que corresponde a um aumento de quase 50% na produção em relação ao identificado no ano de 2015. Se não levarmos em consideração os vídeos de sessões ao vivo e de videoletras, há um aumento de mais de 100%.

Tabela 1: Vídeos musicais produzidos entre 2012 e 2016

Ano	Ao vivo	Videoletras	Demais	Total
2012	16	-	5	21
2013	2	-	11	13
2014	2	1	19	22
2015	8	6	18	32

2016	26	5	51	71
------	----	---	----	----

Fonte: elaborada pelo próprio autor

O ano de 2016 também marca o estabelecimento da produção no formato de sessões ao vivo e acústicas. Se por um lado aparecem produções seriadas, como o projeto “Monotonia”, assinado por Rick Ramos – com o objetivo de apresentar sessões acústicas autênticas de artistas locais –, o projeto Andar de Cima Sessions, capitaneado pelo músico e produtor musical Memel Nogueira – que começa a assinar também como produtor audiovisual –, e o “SobreOTatame Sessions”, produzido pela equipe do site e em geral dirigidos por Jonas Sakamoto e Gustavo Sampaio. O “SobreOTatame Sessions” se apresenta com o objetivo de “[...] evidenciar o talento musical de artistas que admiramos e outros os quais queremos mostrar pro mundo. Valorizando assim a cena independente” (SobreOTatame.com, 2016, online). Por outro, temos ocorrências que pretendem imprimir uma estética própria, como os vídeos “Núbia – Vôo de Renúncia”, “Núbia – Obscuros às Retinas”, “Tiago Máci e Til Ferreira – Barra Funda 90”, “Sfanio – Incendiar”, “Sfanio – Gravitacional” e “Phill Veras – Sorriso ao Sono”, que apresentam um plano sequência⁹³ (vídeo sem corte de imagem) dos artistas interpretando suas músicas. Há ainda a ocorrência de sessões ao vivo em estúdio ou externa com banda completa, como em “Jack Devil – Beelzebub”, “Tiago Máci – Para Isso” e “Royal Dogs – The Wave/Redshifted”⁹⁴.

Ainda em 2016 começam a aparecer vídeos com extensas fichas técnicas e que apresentam em seus créditos, colaboradores que aparecem outrora como realizadores de outros vídeos. Um deles é “Banda Raja – My Mind Can Fly Away”, dirigido por Ben Hur Real, Markim Araújo, Nadia Biondo e Nairon Botão⁹⁵, que relaciona em seus colaboradores, por exemplo, Gustavo Sampaio – um dos responsáveis pelos vídeos do SobreOTatame –, Rafael Batista – já relacionado anteriormente como autor de outros vídeos musicais – e Enom Silva – que aparecerá mais a frente na autoria de outros vídeos. Há também a ocorrência de mais integrantes de bandas assinando a realização dos vídeos, como “Brutallian – Blow in the eye”, dirigido por Fábio Matta, baixista da banda; “PE.ACE – Radiance”,

⁹³ Sequência de vídeo sem cortes de imagem

⁹⁴ A partir de agora não pretendemos nos estender elencando todos os autores dos vídeos aqui citados, para tanto, convidamos o leitor a consultar a tabela com os realizadores dos vídeos disponível no apêndice deste trabalho.

⁹⁵ Nairon Botão também é vocalista da banda Raja.

com direção atribuída ao próprio grupo PE.ACE; e “EmilioSagaz – Aquele que melhor vencer”, dirigido pelo próprio Emílio. Outra pessoa ligada à música que assina a autoria de vídeos musicais neste ano é Henrique Sugmyama, então vocalista da banda Fúria Louca, que dirige os vídeos “Brutallian – You can’t deny hate” e “Criolina – Quizás”

No ano de 2017 o vídeo musical volta às salas de exibição com a primeira mostra competitiva de videoclipe do festival Maranhão na Tela⁹⁶. O festival contemplou 19 produções realizadas entre 2012 e 2017, o que significa um reconhecimento das produções realizadas neste período.

A partir da relação disponível no site do festival, verificamos que alguns vídeos começam a apresentar fichas técnicas extensas, com créditos não só de produção e direção (como era o padrão dos primeiros registros do festival Guarnicê), mas relacionando direção de fotografia, direção de arte, edição e figurino, por exemplo. Percebemos, neste momento, um ramo da produção de vídeos musicais que passa a se direcionar para uma lógica mais cinematográfica.

Neste sentido mais cinematográfico, dois cineastas maranhenses empreenderam na realização de vídeos que tiveram lançamento com exibição no Cine Praia Grande.

O primeiro foi o clipe B.O.Y! de Butantan e Only Fuego, lançado no dia 29 de novembro de 2017⁹⁷, que teve direção do cineasta Lucas Sá e a participação de alunos e professores da Escola de Cinema do Maranhão do IEMA além de outros profissionais que atuam no audiovisual maranhense. A ficha técnica completa é descrita no link do vídeo⁹⁸.

A outra realização foi da música Caixa Preta de Bruno Batista⁹⁹, exibida no cinema no dia 27 de dezembro de 2017 e dirigida pelo cineasta Arturo Saboia, que já havia assinado outros vídeos do mesmo artista. Cabe pontuar aqui que o vídeo realizado por Arturo foi patrocinado pela TVN e pela Lei de Incentivo à Cultura do Governo do Maranhão. A ficha técnica completa também é descrita no link¹⁰⁰.

⁹⁶ Informações detalhadas da mostra disponíveis em:

<https://www.maranhaonatela.com.br/mostra-competitiva-2017>

⁹⁷ <https://imirante.com/namira/sao-luis/noticias/2017/11/27/butantan-e-only-fuego-lancam-clipe-de-b-o-y-no-cine-praia-grande.shtml>

⁹⁸ <https://www.youtube.com/watch?v=NLTvKVtf4DE>

⁹⁹ <https://sitevolts.com.br/bruno-batista-lanca-clipe-de-caixa-preta-no-cine-praia-grande/>

¹⁰⁰ <https://www.youtube.com/watch?v=gmpm3qabi14>

Nossa pesquisa identificou a ocorrência de 72 vídeos musicais em 2017, sendo que destes, 30 foram de sessões ao vivo e 6 de videoletras. Logo, percebemos uma constância no volume de produção em relação ao ano anterior. Em relação à produção seriada de sessões ao vivo, mais dois quadros entram em cena.

Um deles é o “Blackroom Sessions”, assinado por Sunday James¹⁰¹ - que também chega a figurar na autoria dos clipes das bandas que faz parte “Soulvenir - Wild Angel” e “Boys Bad News - Who I am” – e consiste em sessões ao vivo no estúdio Blackroom que também realiza produções musicais assinadas por Sandoval Filho¹⁰², postadas no canal do estúdio¹⁰³.

O outro é realizado pelo estúdio Base SLZ, geralmente assinados por Laila Razzo e Arthur Costa, outras vezes creditado apenas como “produzido por Base SLZ”. Essas sessões são postadas nos canais dos próprios artistas, portanto mais difícil de quantificar e denota mais uma prestação de serviço do que um projeto de divulgação do estúdio ou dos artistas representados.

Na passagem de 2017 para 2018 temos o canal do CCVM que apresenta a íntegra audiovisual de todos os shows que passaram pelo programa Pátio Aberto, com um total de 52 registros de 2017 a 2019. Vale como registro e divulgação, entretanto não quantificamos em nossa relação pela falta de finalização de áudio, apesar da alta qualidade de vídeo.

Em 2018, o Festival Maranhão na Tela volta a realizar uma mostra de videoclipes em sua programação, que desta vez ocorreu nas salas do cinema Kinoplex Golden, no Golden Shopping de São Luís. Diferentemente da edição anterior, esta contemplou produções do Maranhão e do Pará. De um total de 19 selecionados, 13 foram produções maranhenses. Nesta edição, a ficha técnica das produções já foi padronizada na linha cinematográfica, creditando: direção; produção; direção de fotografia; e direção de arte. Outro fato a se pontuar é que

¹⁰¹ Pseudônimo artístico de Domingos Thiago, guitarrista da banda Soulvenir e vocalista/baixista da banda Boys Bad News

¹⁰² Também integrante das bandas Soulvenir e Boys Bad News e músico ocasional de diversas bandas locais.

¹⁰³ https://www.youtube.com/channel/UCa3mQTVo5vut6DeJ_sl2sq

todas as produções são creditadas como realizadas em 2018, apesar de termos identificado realizações de 2017 na lista¹⁰⁴.

Outro evento de 2018 relevante para a produção de videoclipes em São Luís foi a mostra de videoclipes na “2ª Mostra Cinema Novo Maranhense” apresentada no Programa Pátio Aberto do Centro Cultural Vale Maranhão – Praia Grande¹⁰⁵. A mostra foi produzida pelo cineasta Lucas Sá, que também percebeu o aumento na produção de videoclipes, dedicando uma sessão de exibição para o gênero.

O ano de 2018, se destaca com 125 ocorrências, de acordo com a nossa pesquisa. Dessas, 9 fazem parte de um show registrado como o DVD ao vivo da banda Soulvenir, dirigido por Laila Razzo, outros 4 fazem parte da apresentação ao vivo da banda Boys Bad News no festival BR135. Os vídeos são assinados por Raillen Martins, Enom Silva e Sunday James. Fora estes dois shows, há mais 46 ocorrências de sessões ao vivo e 8 videoletras. Cabe aqui ressaltar que dentro destas 125 ocorrências, 3 vídeos são do cantor Phill Veras realizados por um produtor de São Paulo, visto que o artista mudou o seu domicílio cultural, portanto, somam como vídeos de um artista local, mas não somam como produção audiovisual local.

O Cine Praia Grande também volta a ser palco de estreia de videoclipes. Em 17 de maio de 2018 há o lançamento do clipe Fadinha de Frimes, com direção de Lucas Sá¹⁰⁶. Na mesma linha cinematográfica de B.O.Y., Fadinha conta com extensa ficha técnica – também disponível no link do vídeo¹⁰⁷. Cabe citar que o clipe causou uma polêmica ao seu retirado do ar pelo YouTube¹⁰⁸. E em 19 de outubro de 2018 há o lançamento do vídeo Sarrar de Enme e Butantan, com direção de Jhonny Amorim e equipe inteiramente formada por profissionais locais, com alunos e ex-alunos da Escola de Cinema do lema¹⁰⁹. Ambos lançamentos, somados ao do clipe

¹⁰⁴ Catálogo do evento disponível em:

<<https://issuu.com/maranhaonatela/docs/catalogomnt2018-final/2?ff>>.

¹⁰⁵ O Pátio Aberto é um edital voltado para artistas maranhenses. Criado em 2017, já selecionou 117 projetos entre shows, espetáculos, oficinas, mostras e festivais. Todos os shows são registrados em vídeo e disponibilizados ao artistas neste canal, como uma contribuição para divulgar a produção cultural do Maranhão. (CCV-MA, online)

¹⁰⁶ <https://sitevolts.com.br/frimes-lanca-clipe-de-fadinha-nesta-quinta-17-no-cine-praia-grande/>

¹⁰⁷ <https://www.youtube.com/watch?v=wJM5MO76qQk>

¹⁰⁸ <https://portalpopline.com.br/pride-popline-frimes-fala-sobre-a-abertura-do-mercado-para-a-arte-drag-e-a-polemica-de-fadinha/>

¹⁰⁹ Ficha técnica completa disponível no link do vídeo:

<https://www.youtube.com/watch?v=VUtsPELQR5g>

B.O.Y. do ano anterior coadunam para o fortalecimento de um movimento artístico LGBTQI+ na música maranhense¹¹⁰. Em 21 de Junho de 2018, o Programa Pátio Aberto do Centro Cultural Vale Maranhão apresentou o show Queer com Dj Alladin, Butantan, Enme, Frimes e Only Fuego, o show ficou posteriormente integralmente disponível no perfil do CCVM no YouTube¹¹¹.

Outro acontecimento cultural diretamente relacionado à produção audiovisual de 2018 foram as edições ao vivo do SobreOTatame Sessions também no CCVM, em 14 de junho de 2018 e 06 de dezembro de 2018. Os shows foram resultado das gravações dos episódios do SobreOTatame Sessions disponibilizados pela equipe e apresentaram os artistas que figuraram nos vídeos. O próprio SobreOTatame disponibilizou o vídeo com a cobertura do evento¹¹² e o CCVM disponibilizou a íntegra da apresentação do dia 14 de junho¹¹³.

A respeito das sessões ao vivo, em 2018 aparece uma frente de produção não quantificada até então: as SOMA Sessions, assinadas por Ciro Monteiro, que também aparece como responsável por alguns clipes de artistas de Rap/HipHop, como “Joier – Nada bem feat. Ines” e “IlhaClan – E o bixo feat. Joier Noturno, Kaminski, Lil Sam e Pantera”. Além destes, percebemos um aumento na produção de vídeos voltados a este gênero musical.

Extrapolando o recorte cronológico deste trabalho, chegamos a 2019 com a volta da exibição de videoclipes no Festival Guarnicê de Cinema, que contemplou 27 produções, incluindo vídeos finalizados a partir de outubro de 2017. O primeiro semestre de 2019 também foi marcado pela exibição de vídeos musicais no Cine Praia Grande. No dia 16 de maio de 2019 foram apresentados os clipes de “Dominica – Mais que danada”¹¹⁴ e “Yhago Sebaz – Você Bagunçou Comigo”¹¹⁵, ambos tem a equipe técnica parcialmente formada por estudantes do IEMA e do

¹¹⁰ <http://www.sobreotatame.com/especialbr135-a-visibilidade-do-movimento-lgbtqi-na-musica-maranhense/>

¹¹¹ <https://www.youtube.com/watch?v=LfA9B9eO6zs>

¹¹² <https://www.youtube.com/watch?v=MD1ijcjo9c>

¹¹³ https://www.youtube.com/watch?v=qSpl_FG1xdk

¹¹⁴ A produção teve a participação de profissionais da Escola de Cinema do IEMA. Ficha técnica completa no link do vídeo: <https://www.youtube.com/watch?v=nq7a5Uz6Hww>

¹¹⁵ A produção foi realizada por alunos do curso de Produção Cinematográfica do IFMA. Ficha técnica completa no link do vídeo: <https://www.youtube.com/watch?v=nq7a5Uz6Hww>

IFMA. A exibição foi uma iniciativa do curso de produção cinematográfica da Escola de Cinema do IEMA¹¹⁶.

Outra ocorrência que consideramos conveniente pontuar aqui apesar de extrapolar o nosso recorte geográfico proposto, é a de artistas oriundos da cidade de Imperatriz – MA com produção audiovisual relevante. Os artistas que apareceram em nossa pesquisa foram Neres¹¹⁷, Jefferson Carvalho¹¹⁸ e Leoti¹¹⁹. Percebemos que estes três artistas trabalham em parceria e assinam alguma parte da produção dos seus vídeos. Por exemplo, o vídeo “Pode ser”¹²⁰ do cantor Neres, tem roteiro do próprio artista, direção e edição assinada por Leoti e assistência de direção por Jefferson Carvalho. Já o clipe “Uma noite”¹²¹ de Jefferson Carvalho, tem direção assinada pelo próprio cantor, assistência de direção por Leoti e produção musical por Neres.

Apesar de não incluirmos nenhuma entrada destes artistas imperatrizenses em nossas tabelas, a conveniência de citá-los aqui se dá pelo fato de que o clipe “Uma noite” do cantor Jefferson Carvalho teve também sessão de lançamento no Cine Praia Grande de São Luís, no dia 06 de Junho de 2019, além de ter parte das imagens produzidas em São Luís por Jessica Lauane e Italo Campos. Jessica Lauane aparece como diretora dos clipes de Enme feat. Butantan e de Yhago Sebaz já citados anteriormente. Ou seja, estes fatos apontam uma articulação cultural audiovisual em Imperatriz que de alguma forma dialogam com a produção de São Luís, sobretudo com a produção relacionada ao público LGBTQI+. Nosso intuito de comentar a produção destes artistas neste trabalho é a de identificar caminhos futuros na produção maranhense, visto que por se tratarem de fatos muito recentes e em curso, não podemos aprofundar uma análise sobre suas consequências.

Nosso levantamento foi realizado até o dia 27 de Junho de 2019 e até então foram identificadas 65 ocorrências de vídeos musicais, sendo 24 sessões ao vivo e 1 videoletra.

¹¹⁶ <https://oimparcial.com.br/entretenimento-e-cultura/2019/05/escola-de-cinema-do-iema-lanca-projeto-para-exibir-producoes-audiovisuais-maranhenses/>

¹¹⁷ Videografia disponível em https://www.youtube.com/channel/UCxtiwXB0I_yxYwjrVC-T0fg

¹¹⁸ Videografia disponível em <https://www.youtube.com/channel/UCmRq4eW1IRveKCoJb3ltYJg/videos>

¹¹⁹ Videografia disponível em https://www.youtube.com/channel/UCbSZj_0hW3sRRDACTpeX3_Q/videos

¹²⁰ https://www.youtube.com/watch?v=dg7UG-_NfV0

¹²¹ <https://www.youtube.com/watch?v=jE1tK82iDJA>

Deste modo, a partir de 2016 percebemos uma estabilidade na produção de vídeos musicais e posterior crescimento, conforme podemos verificar na tabela seguinte:

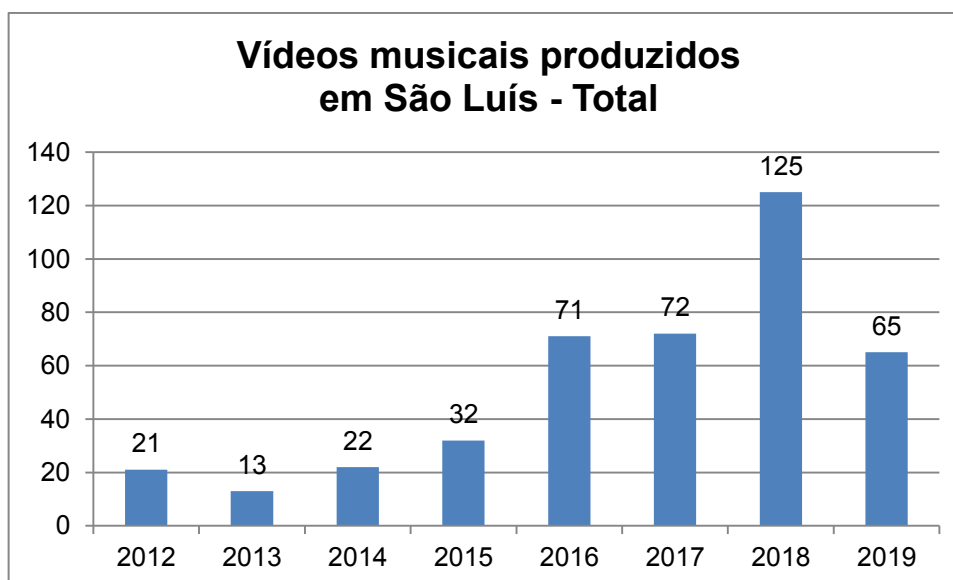
Tabela 2: Vídeos musicais produzidos entre 2016 e 2019

Ano	Ao vivo	Videoletras	Demais	Total
2016	26	5	51	71
2017	30	6	36	72
2018	59	8	58	125
2019 ¹²²	24	1	40	65

Fonte: elaborada pelo próprio autor

De forma a facilitar a visualização desde crescimento, apresentamos a seguir o gráfico que representa a totalidade de vídeos musicais contabilizados pela nossa pesquisa:

Gráfico 1: Gráfico com o total dos vídeos musicais contabilizados em São Luís



Fonte: dados da pesquisa

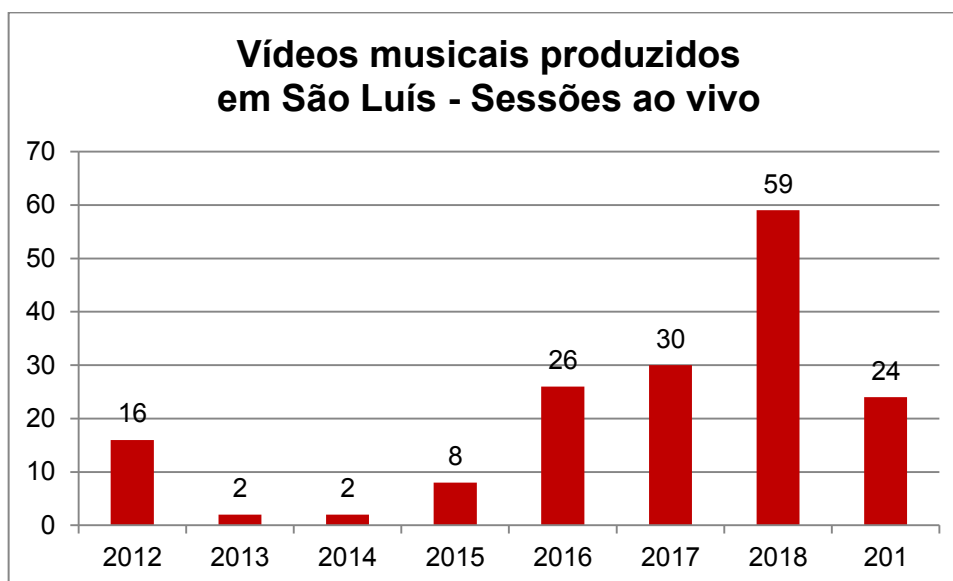
Percebemos que logo após o que consideramos ser um “ponto de virada”, o ano de 2012, ainda não há uma constância definida. Já a partir do que apontamos

¹²² Registros até o dia 27 de junho

representar uma mudança de paradigma – o ano de 2016 – a produção se mantém estável no ano seguinte e aumenta significativamente no ano seguinte.

O mesmo aumento e constância podem ser verificados quando separamos apenas os vídeos que representam as sessões ao vivo, conforme o gráfico abaixo:

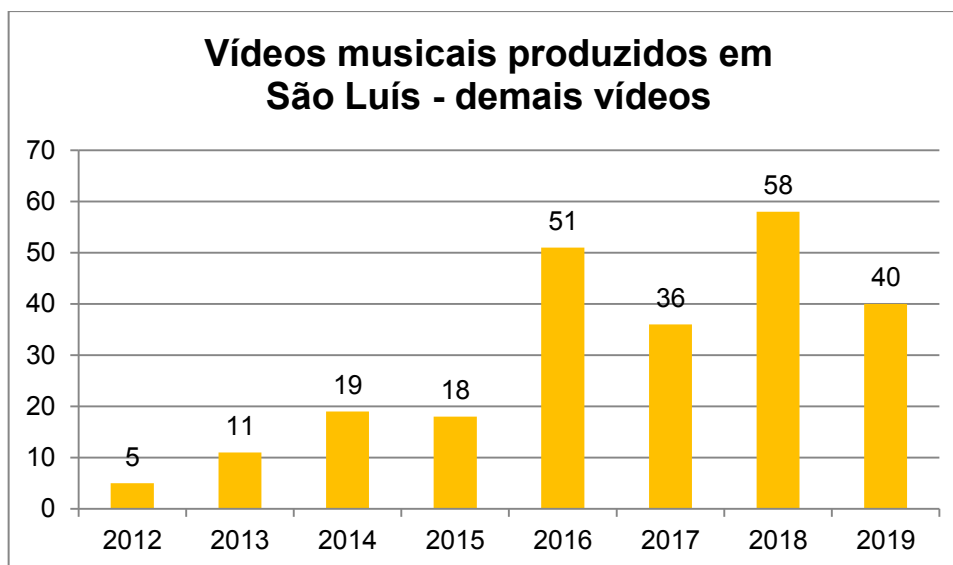
Gráfico 2: Gráfico com os vídeos musicais de sessões ao vivo contabilizados em São Luís



Fonte: dados da pesquisa

Ao comparar o quantitativo de vídeos de sessões ao vivo com os demais vídeos, podemos observar que os vídeos de sessões ao vivo foram determinantes para o “ponto de virada”, já os demais vídeos se destacam mais em 2016, conforme o gráfico a seguir:

Gráfico 3: Gráfico com os demais vídeos musicais contabilizados em São Luís



Fonte: dados da pesquisa

Por fim, apenas com sentido mais protocolar, apresentamos o gráfico que representa os videoletras contabilizados. De acordo com nossa análise, esta modalidade ainda não possui representatividade relevante, entretanto, por identificarmos sua ocorrência, coube contabilizá-la.

Gráfico 4: Gráfico com os videoletras musicais contabilizados em São Luís



Fonte: dados da pesquisa

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

As constantes transformações tecnológicas que possibilitam o acesso aos meios de produção de bens culturais, sobretudo música e vídeo, as inovações que democratizaram a distribuição fonográfica e audiovisual em diferentes plataformas e nas redes sociais, e a retomada de controle por parte dos grandes empresários através dos serviços pagos de streaming promovem diversas modificações em todos os níveis de produção, trazendo consequências sociais, culturais e econômicas.

Entretanto, os avanços tecnológicos em diferentes áreas que facilitaram o acesso técnico e econômico aos meios de produção fonográfica e audiovisual não podem ser vistos como agentes causadores exclusivos das mudanças vistas no âmbito socioeconômico da produção cultural.

O materialismo cultural de Raymond Williams (1960; 1979; 2007; 2011) nos foi conveniente como fundamento teórico, nos permitindo perceber a cultura como um padrão de organização que contempla arte, produção, comércio, política e costumes como formação do complexo dos relacionamentos sociais, uma organização geral. Esta posição teórica nos permite conceber a leitura da cultura tanto como o produto de um processo de produção, quanto como o próprio processo de produção.

Para atender ao contexto das relações sociais na música independente, se recorre às noções de cenas musicais apresentadas à discussão acadêmica por Straw (1991; 2006). Para tanto, notamos também alguns dados econômicos da indústria fonográfica a partir dos relatórios o IFPI (2016; 2017; 2018), compreendendo que a crise no sistema das grandes gravadoras é promovida por mudanças tecnológicas, sociais, culturais e econômicas que se relacionam com a lógica da produção independente.

A discussão sobre a origem publicitária do vídeo musical e sua realização cinematográfica nos foi cara para compreender as medidas entre o comercial e o artístico, visto que sob o regime capitalista, a cultura está inserida em uma lógica de produção e consumo, portanto, a arte é um produto de mercado. A tentativa de reverenciar o vídeo musical como produto artístico não pode se privar da consideração das lógicas de mercado.

A articulação social no espaço virtual se dá da mesma forma, refém das condições capitalistas do mercado, em que para se fazer presente na internet, o indivíduo projeta e administra uma imagem pública de si como um produto de consumo. Desta forma, consideramos que o vídeo musical é próprio do ambiente virtual, por ter estas mesmas características inatas.

A ideia de “estrutura de sentimento” do materialismo cultural para compreender as transformações sociais na arte e na cultura, a destruição criadora de Schumpeter (1997) que nos faz compreender a reconfiguração do negócio cultural através de novas combinações para apresentação de um produto no sistema econômico e a mudança de paradigma como uma nova estrutura de representações dos processos para se produzir conhecimento, se complementam entre si como capítulos diferentes da mesma história, esclarecendo sob diferentes visões como as transformações tecnológicas implicam em mudanças sociais, políticas, econômicas e culturais.

A cultura como recurso a partir de Yúdice (2006) nos pareceu um bom caminho para prosseguir a discussão sobre novas formas de gerenciar os recursos dos meios produtivos apresentadas por Schumpeter. A “reorientação das artes” e do fazer cultural retorna como um ponto chave de discussão neste trabalho, que vai inclinar a posição dos artistas ao empreendedorismo cultural, com a necessidade de negociar valores sociais e culturais além do processo artístico e das demandas de mercado.

No seio desta discussão apresentamos as possibilidades audiovisuais surgidas no recorte cronológico escolhido – de 2012 a 2018 – identificamos que as realizações partem de pessoas ligadas à música e à produção musical, ao cinema e a tv, à publicidade e a propaganda e a cursos de comunicação e audiovisual.

Se a facilitação tecnológica do acesso aos meios de produção não pode justificar por si própria o aumento da produção de vídeos musicais em São Luís, o fomento a cultura e ao audiovisual com a instituição de cursos, editais de incentivo e até o retorno de mostras e festivais como espaço de valorização e visibilidade para os realizadores, contribuem para o estabelecimento de uma movimentação cultural em torno da produção audiovisual.

Se a entrada de câmeras DSLR no mercado não é fator causador exclusivo de uma “democratização” do acesso aos meios de produção e distribuição dos produtos culturais, não podemos também negar a relação entre a popularização

deste equipamento e o aumento da produção, visto que acabamos de defender uma mudança de paradigma com base nas mudanças tecnológicas.

A questão principal aqui é que verificamos que a produção dos vídeos musicais no dado período partiu basicamente de seis grupos majoritários: 1) músicos, pessoas ligadas a bandas e artistas musicais em geral; 2) pessoas ligadas a estúdios de produção musical. 3) pessoas ligadas ao cinema; 4) pessoas ligadas à publicidade e propaganda; 5) pessoas ligadas à televisão; 6) pessoas ligadas cursos de comunicação em geral.

Os resultados da nossa análise reafirmam ainda as três categorias de realizadores consideradas por Machado (2000) elencadas no primeiro capítulo: realizadores do clipe promocional ordinário (em geral, pessoas advindas da publicidade); realizadores advindos do cinema ou vídeo experimental; e os músicos que se aventuraram pelo audiovisual.

Porém, entendemos que uma pessoa pode se ligar ao mesmo tempo a mais de um dos grupos aqui descritos. Por mais que a produção independente tenha sido possibilitada e intensificada pelas facilidades tecnológicas, afirmar em termos acadêmicos que há uma democratização plena dos meios é cair em uma falácia.

Deste modo, nossa crítica ao verificar nos antecedentes históricos que a produção era concentrada em autores com acesso privilegiado à produção audiovisual cai por terra ao não conseguirmos assim contrapor este fato. O que aumentou na nossa percepção foi o número de pessoas com este acesso privilegiado, incentivados parte pela maior facilidade provida pelo avanço tecnológico e parte pelas políticas públicas de instalação de cursos para a produção cinematográfica tanto no IEMA quanto no IFMA e as leis de incentivo à cultura.

As produções capitaneadas por patrocínios estatais também funcionam como um estímulo ao aumento da produção em geral. Este tipo de produção requer uma organização administrativa mais formalizada, fazendo com que os pretendentes a receber este tipo de incentivo busquem meios de se organizar e se profissionalizar. Estas produções quando são realizadas por profissionais que já tem uma inserção no mercado e maior acesso aos meios de produção, possibilitam também a participação de outros profissionais do audiovisual que podem atuar posteriormente como realizadores de suas próprias obras.

Consideramos aqui também que boa parte da videografia é composta por vídeos de sessões ao vivo, muitos realizados pelas pessoas ligadas à música e à

produção musical. Estes realizadores são a principal diferença em relação ao antecedente histórico, são pessoas que imbuídas do espírito independente, buscaram meios de reverberar o próprio trabalho e empreendedores que viram no vídeo um serviço a mais para oferecer junto à produção fonográfica.

Alguns dos vídeos de sessões ao vivo apresentam um nível de experimentação de enquadramentos, movimentos de câmera e recursos audiovisuais em geral que mostram um produtor de conteúdo em aperfeiçoamento. Conforme nossa análise, a produção de sessões ao vivo é a “porta de entrada” para muitos realizadores que empreendem futuramente em vídeos mais elaborados. Sinalizamos aqui que a realização deste tipo de vídeo merece atenção acadêmica específica em trabalhos posteriores.

A articulação da produção de vídeos dos artistas LGBTQI+ também é outro aspecto a ser levado em consideração para um estudo específico, sobretudo por dialogarem com a produção além de São Luís e terem entrada em um mercado de nicho a nível nacional.

Por fim, consideramos ter desenvolvido um aporte teórico e contextual para futuras investigações sobre a dinâmica entre produção audiovisual e música independente.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ARAGÃO, Paulo. **CONSIDERAÇÕES SOBRE O CONCEITO DE ARRANJO NA MÚSICA POPULAR** In: CADERNOS DO COLÓQUIO Publicação do Programa de Pós-Graduação em Música do Centro de Letras e Artes da Uni-Rio. Rio de Janeiro, CLA/Uni-Rio, 2001, 152p
- BATISTA, Rafael Figueiredo da Silva. **A Cena e a Mídia: a música independente de São Luís e suas articulações.** Monografia (Graduação) – Universidade Federal do Maranhão - Curso de Comunicação Social, São Luis, 2014.
- BANKS, Marks; CONNOR, Justin O'; LOVATT, Andy; RAFFO, Carlo. **Risk and trust in the cultural industries.** Geoforum: 2000, 31 (4), 453-464. Disponível em <<http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.456.9535&rep=rep1&type=pdf>>. Acesso em: 18 mai 2018.
- BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo.** São Paulo: Edições 70, 2011.
- BARRETO, Rodrigo Ribeiro. 197 f. **A fabricação do ídolo pop: a análise textual de videoclipes e a construção da imagem de Madonna.** Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura Contemporâneas) – Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2005. Disponível em: <<https://repositorio.ufba.br/ri/handle/ri/1075>>. Acesso em: 10 out. 2018.
- BAUER, Martin. AARTS, Bas. A construção de um corpus: um princípio para a coleta de dados qualitativos. IN: BAUER, Martin W. GASKELL, George. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático.** 7 ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008
- BENNETT, Andy; PETERSON, Richard A. **Music Scenes: Local, Translocal, and Virtual.** Nashville, Vanderbilt University Press. 2004.
- BEZERRA, Amilcar; ALONSO, Gustavo; REICHELTE, Henrique. **Sertanejo, manguebeat e Tchê-music: da pertinência (ou não) do conceito de cena musical para gêneros periféricos.** In: EVANGELISTA, Simone; PEREIRA DE SÁ, Simone; POLIVANOV, Beatriz. (Org.). Música, som e cultura digital: perspectivas comunicacionais brasileiras. 1ed. Rio de Janeiro: E-Papers, 2016, v. 1, p. 179-194
- BERNARDAZZI, Rafaela; COSTA, Maria Helena Braga e Vaz da. **Produtores de conteúdo no Youtube e as relações com a produção audiovisual.** Comunicare, São Paulo, v.17 - Edição especial de 70 anos da Faculdade Cásper Líbero, p. 146-160, set. 2017. Disponível em: <<https://casperlibero.edu.br/wp-content/uploads/2017/09/Artigo-7-Comunicare-17-Edi%C3%A7%C3%A3o-Especial.pdf>>. Acesso em: 08 jun. 2019
- BRAGA, William Dias. **Novas identidades para o novo mundo do trabalho através da Cultura: o velho mantra do capitalismo revisitado.** IN: Revista Eptic, vol 17, n. 1, janeiro-abril, 2015.

BRANDINI, Valéria. **Panorama histórico – MTV Brasil**. In: PEDROSO, M.G.; MARTINS, R. (Orgs.). Admirável mundo MTV Brasil. São Paulo, SP: Saraiva, 2006.

BRYAN, Guilherme. **A autoria no videoclipe brasileiro**: estudo da obra de Roberto Berliner, Oscar Rodrigues Alves e Mauricio Eça. Tese (Doutorado em Meios e Processos Audiovisuais) Programa de Pós Graduação em Meios e Processos Audiovisuais, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2011.

BURGUESS, J. GREEN. J. **YouTube e a Revolução Digital**: como o maior fenômeno da cultura participativa está transformando a mídia e a sociedade. São Paulo: Aleph, 2009.

BUCHANAN, Matt. Nikon D90 Official: First DSLR Ever With HD Video Recording. **GIZMODO**. 27 ago 2008. Disponível em: < <https://gizmodo.com/nikon-d90-official-first-dslr-ever-with-hd-video-recor-5042209>>. Acesso em 10 jun 2019

CANCLÍNI, Nestor Garcia. **Culturas Híbridas**: estratégias para entrar e sair da Modernidade. 4. ed. São Paulo: UNESP, 2011.

_____. **Imaginários culturais da cidade**: conhecimento / espetáculo / desconhecimento. In: COELHO, Teixeira (Org.). A Cultura pela Cidade. São Paulo: Editora Iluminuras LTDA, 2008.

CASTELLS, Manuel. **A questão urbana**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1983.

CELLARD, A. A análise documental. In: POUPART, J. et al. **A pesquisa qualitativa**: enfoques epistemológicos e metodológicos. Petrópolis, Vozes, 2008.

CEVASCO, Maria Eliza. **Para Ler Raymond Williams**. São Paulo: Paz e Terra, 2001.

COELHO, Teixeira. **A cidade e os avatares da cultura**. In: COELHO, Teixeira (Org.). **A Cultura pela Cidade**. São Paulo: Editora Iluminuras LTDA, 2008.

CORREA, Laura Josani Andrade. **Videoclipe**: A dimensão audiovisual da música na contemporaneidade. Dissertação (Mestrado em Estudos de Cultura Contemporânea), Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Cuiabá, 2010.

COZBY, Paul C. **Métodos de pesquisa em ciências do comportamento**. São Paulo: Atlas, 2003.

DANIELS, Melissa. How Audiotree Is Reinventing Music Videos, One Live Performance At A Time, **Forbes**, 06 abr 2017. Disponível em: <<https://www.forbes.com/sites/melissamdaniels/2017/04/06/how-audiotree-is-reinventing-music-videos-one-live-performance-at-a-time/#40afa49929ed>>. Acesso em 11 mai 2018

DE ALMEIDA, Fábio Chang. O historiador e as fontes digitais: uma visão acerca da internet como fonte primária para pesquisas históricas. IN: **AEDOS - Revista do corpo discente do Programa de Pós-Graduação em História da Universidade**

Federal do Rio Grande do Sul v. 3, n. 8, 2011. Disponível em: <
<https://seer.ufrgs.br/aedos/article/view/16776/11939>>. Acesso em: 10 mai 2019

DE MARCHI, Leonardo. **Novos modelos de negócio na indústria da música: uma análise do P2P, do download pago, do podcast e dos serviços de streaming.** Trama: Indústria Criativa em Revista. Dossiê: Paisagens sonoras midiáticas Ano 3, vol.5, agosto a dezembro de 2017: 220-227. ISSN: 2447-7516, 2017.

DE MARCHI, Leonardo. **Transformações estruturais da indústria fonográfica no Brasil 1999-2009:** Desestruturação do mercado de discos, novas mediações do comércio de fonogramas digitais e consequências para a diversidade cultural no mercado de música. Tese (doutorado). Universidade Federal do Rio de Janeiro, Escola de Comunicação, Programa de Pós-Graduação em Comunicação, 2011.

DIAS, Marcia Tosta. **Os donos da voz:** Indústria fonográfica e mundialização da cultura. São Paulo: Boitempo Editorial, 2000.

DIGITAL MASTER BH. **Prensagem de Cds e DVDs.** Disponível em <<http://www.digitalmasterbh.com.br/prensagem-de-cds-e-dvds/>>. Acesso em 23, jun, 2017

EAGLETON, Terry. **A ideia de cultura.** Temas e Debates, Lisboa, 2003.

EVANGELISTA, Simone; PEREIRA DE SÁ, Simone; POLIVANOV, Beatriz. (Org.). **Música, som e cultura digital:** perspectivas comunicacionais brasileiras. Rio de Janeiro: E-Papers, 2016.

FELINTO, Erick. **Sem Mapas para esses Territórios:** a Cibercultura como Campo de Conhecimento. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 30., 2007, Santos. Anais Eletrônico. Santos: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2007. Disponível em: <
<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/R0770-1.pdf> >. Acesso em: 19 jun. 2019.

FIGUEIREDO, N.M.A. **Método e metodologia na pesquisa científica.** 2a ed. São Caetano do Sul, São Paulo, Yendis Editora, 2007

FREIRE FILHO, João; FERNANDES, Marques. **Jovens, Espaço Urbano e Identidade:** Reflexões sobre o conceito de cena musical. In: NP-21- Comunicação e Culturas Urbanas, do V Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom, 5 a 9 de set. 2005, Rio de Janeiro.

FURLANETO, Audrey. MTV amplia exibição de clipes de 58 para 92 horas semanais, **UOL**, 24 fev 2009. Disponível em:
<http://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u508687.shtml>. Acesso em: 6 mai 2009.

GALLETTA, Thiago Pires. **Para além das grandes gravadoras:** percursos históricos, imaginários e práticas do “independente” no Brasil. Música Popular em Revista, Campinas, ano 3, v. 1, p. 54-79, jul.-dez. 2014.

GALLETTA, Thiago Pires. **Cena musical independente paulistana – início dos anos 2010:** “a música brasileira” depois da internet. Dissertação (Mestrado em Sociologia) – Universidade Estadual de Campinas, Instituto de Filosofia e Ciências Humanas. Campinas, São Paulo, 2013.

GOLDENSTEIN, Lídia. **Por que economia criativa?** In: SISTEMA FIRJAN. Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil, 2016.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 4. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social.** 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GUERRA, José Roberto Ferreira; PAIVA JÚNIOR, Fernando Gomes. **Empreendedorismo cultural na produção cinematográfica:** a ação empreendedora de realizadores de filmes pernambucanos DOI: 10.5773/rai. v8i3. 792. RAI: revista de administração e inovação, 8(3), 78-99, 2011. Disponível em <http://www.revistas.usp.br/rai/article/view/79227/pdf_36>. Acesso em 18 mai 2018.

HERSCHMANN, Micael. **Cenas, Circuitos e Territorialidades Sônico-Musicais.** In: JANOTTI JUNIOR, Jeder; SÁ, Simone Pereira de. Cenas Musicais. Guarema, SP: Anadarco, 2013a

_____. **Crescimento dos festivais de música independente no Brasil.** In: SÁ, Simone Pereira de. (Org.). Rumos da cultura da música: negócios, estéticas, linguagens e audibilidades. 1 ed. Rio de Janeiro: Sulina ; Globo Universidade, 2010b, v. 1, p. 249-266

_____. **Indústria da música em transição.** São Paulo: Estação das Letras, 2010a

_____. **Nas bordas e fora do mainstream musical.** Novas tendências da música independente no início do século XXI. Rio de Janeiro: Estação das Letras e Cores, 2011.

_____. **Carência de dados e desafios metodológicos para o desenvolvimento dos estudos da indústria da música.** *Revista Famecos:* mídia, cultura e tecnologia, Porto Alegre, v. 20, n. 1, p.131-146, 2013b. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/index>>. Acesso em: 01 mai. 2018.

HALL, Stuart. **Da Diáspora:** Identidades e Mediações Culturais. Liv Sovik (Org.). Tradução: Adelaine La Guardiã Resende et al. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003.

HISSA, Cássio Eduardo Viana. Metodologia: tu és a metodologia que usas. IN: **Entrenotas:** compreensões de pesquisa. Ed. UFMG, 2012

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

INTERNATIONAL FEDERATION OF THE PHONOGRAPHIC INDUSTRY (IFPI). **Global Music Report 2016: Annual state of the industry**. 2016. Disponível em: <<http://www.ifpi.org/dl/?url=http://www.ifpi.org/downloads/GMR2016.pdf>>. Acesso em: 8 mai. 2018.

INTERNATIONAL FEDERATION OF THE PHONOGRAPHIC INDUSTRY (IFPI). **Global Music Report 2017: Annual state of the industry**. 2017. Disponível em: <<http://www.ifpi.org/dl/?url=http://www.ifpi.org/downloads/GMR2017.pdf>>. Acesso em: 8 mai. 2018.

INTERNATIONAL FEDERATION OF THE PHONOGRAPHIC INDUSTRY (IFPI). **Global Music Report 2018: Annual state of the industry**. 2018. Disponível em: <<http://www.ifpi.org/dl/?url=http://www.ifpi.org/downloads/GMR2018.pdf>>. Acesso em: 8 mai. 2018.

JAMESON, Fredric. **Postmodernism of The Cultural Logic of Late Capitalism**. Durham, Duke University Press, 1991. Disponível em <<https://thecharnelhouse.org/wp-content/uploads/2017/09/Fredric-Jameson-Postmodernism-Or-the-Cultural-Logic-of-Late-Capitalism.pdf>>. Acesso em 17 mai 2018.

JANOTTI JÚNIOR, Jeder. **SIMON FRITH**: sobre o valor da música popular midiática. In: JANOTTI JÚNIOR, Jeder; GOMES, Itania Maria Mota (Orgs.). **Comunicação e Estudos Culturais**. Edufba: Salvador, 2011.

_____. **ARE YOU EXPERIENCED?**: Experiências e mediatização nas cenas musicais In: Contemporânea Revista de Comunicação e Cultura vol. 10 n. 01 janeiro-abril 2012, UFBA, 2012, Bahia.

JANOTTI JÚNIOR, Jeder; GOMES, Itania Maria Mota (Orgs.). **Comunicação e Estudos Culturais**. Salvador: Edufba, 2011

JANOTTI JÚNIOR, Jeder; LIMA, Tatiana Rodrigues; NOBRE, Victor de Almeida. **Dez anos a mil**: Mídia e Música Popular Massiva em Tempos de Internet. Porto Alegre: Simplíssimo, 2011.

JANOTTI JÚNIOR, Jeder; PIRES, Victor de Almeida Nobre. **Entre os afetos e os mercados culturais**: as cenas musicais como formas de mediatização dos consumos musicais. In: JANOTTI JÚNIOR, Jeder; LIMA, Tatiana Rodrigues; NOBRE, Victor de Almeida. **Dez anos a mil**: Mídia e Música Popular Massiva em Tempos de Internet. Porto Alegre: Simplíssimo, 2011.

JANOTTI JUNIOR, Jeder; SÁ, Simone Pereira de. **Cenas Musicais**. Guarema, SP: Anadarco, 2013.

JANOTTI JÚNIOR, Jeder; SOARES, Thiago. O videoclipe como extensão da canção: apontamentos para análise. **Revista Galáxia**, n. 15, p. 91-108, jun. 2008.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009. Tradução: Susana L. de Alexandria.

JENKINS, Henry; FORD, Sam; GREEN, Joshua. **Cultura da Conexão**: Criando valor e significado por meio da mídia propagável. Tradução Patrícia Arnaud. São Paulo: Aleph, 2014. 403 p.

KISCHINHEVSKY, Marcelo; HERSCHMANN, Micael. **A reconfiguração da indústria da música**. Revista E-compós, n (...), 2011. Disponível em < <http://www.e-compos.org.br/e-compos/article/view/524>>. Acesso em 21 jun 2017.

KISCHINHEVSKY, Marcelo; VICENTE, Eduardo; DE MARCHI, Leonardo. **A consolidação dos serviços de streaming e os desafios à diversidade musical no Brasil**. In; Revista Eptic Vol. 20, nº 1, jan-abr. 2018.

KLAMER, Arjo. **Cultural entrepreneurship**. In: Rev Austrian Econ 2011. Disponível em <<https://link.springer.com/content/pdf/10.1007%2Fs11138-011-0144-6.pdf>>. Acesso em 18 mai 2018

LEOTE, Rosangella. Videoclipe: mudança do contexto e da linguagem. **Rua – Revista Universitária do Audiovisual**. São Carlos, SP: UFSCAR, 15 set 2008. Disponível em: < <http://www.rua.ufscar.br/videoclipe-mudanca-do-contexto-e-da-linguagem/>>. Acesso em: 08 jun 2019.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. Tradução de Carlos Irineu da Costa. São Paulo: Editora 34, 1999.

MACHADO, Arlindo. **A Arte do Vídeo**. São Paulo: Brasiliense, 1988.

_____. **A Televisão Levada a Sério**. São Paulo: Senac, 2000.

_____. **Pré-cinemas & pós-cinemas**. Campinas: Papyrus, 2014.

MONTEIRO, Márcio Leonardo. **Mp3 Demo** - a Circulação da Musica Independente na Internet. São Luís: Edufma, 2013.

MOTA, Maurício; PEDRINHO, Suzana. Conciliando pensar e fazer com o YouTube, ou “a fábrica de presentes”. In: BURGESS, Jean; GREEN, Joshua. **YouTube e a Revolução Digital**: Como o maior fenômeno da cultura participativa transformou a mídia e a sociedade. São Paulo: Aleph, 2009.

MELLO, Marina Campos. O videoclipe não pertence mais à televisão. **UOL**, 05 dez 2006. Disponível em: <<http://televisao.uol.com.br/ultimas-noticias/2006/12/05/ult698u11811.jhtm>>. Acesso em: 8 jun 2019.

MIRANDA, Claudio da Rocha. **Cultura como negócio**. In: SISTEMA FIRJAN. Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil, 2016.

MOLINA, Viviana Échavez. Filmagem em solitário no cinema direto. In: PAIVA, Carla Conceição da Silva; ARAÚJO, Juliano José de; BARRETO, Rodrigo Ribeiro. **Cultura audiovisual** : transformações estéticas, autorais e representacionais. Campinas, SP : UNICAMP/Instituto de Artes, 2013. 538 p.

MORIN, Edgar. **O Método 3** – o conhecimento do conhecimento. Porto Alegre: Sulina, 1999

MUANIS, Felipe. MTV Brasil e o Ocaso do Fluxo. **Revista Novos Olhares**, São Paulo, v.3, n.2. Disponível em: <<https://www.revistas.usp.br/novosolhares/article/download/90203/92911>>. Acesso em: 08 jun 2019

NERCOLINI, Marildo José Nercolini; HOLZBACH, Ariane Diniz. Videoclipe em tempos de reconfigurações. **Revista FAMECOS**. Porto Alegre, n39, 2009. Disponível em <<https://www.redalyc.org/html/4955/495550195008>> Acesso em 15 jun 2019

OLIVEIRA, João Maria de; ARAUJO, Bruno Cesar de; SILVA, Leandro Valério. **Panorama da Economia Criativa no Brasil**. In: VALIATI, Leandro; FIALHO, Ana Letícia do Nascimento. Atlas econômico da cultura brasileira: metodologia II. Porto Alegre: Editora da UFRGS/CEGOV, 2017.

OLIVEIRA, Walline Alves. **Apropriações de mídias digitais e dinâmicas de difusão, circulação e consumo da cultura em rede**: um estudo netnográfico com bandas da cena musical independente de São Luís - MA e Teresina – PI. Dissertação (Mestrado em Cultura e Sociedade) – Universidade Federal do Maranhão, São Luís, 2016.

PIRES, Victor de Almeida Nobre. **Além do Pós-Rock**: As cenas musicais contemporâneas e a nova música instrumentalista brasileira. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2013.

SÁ, Simone Pereira de. **WILL STRAW**: cenas musicais, sensibilidades, afetos e a cidade. In: JANOTTI JÚNIOR, Jeder; GOMES, Itania Maria Mota (Orgs.). **Comunicação e Estudos Culturais**. Salvador: Edufba, 2011

_____. (Org.). **Rumos da cultura da música**: negócios, estéticas, linguagens e audibilidades. 1 ed. Rio de Janeiro: Sulina ; Globo Universidade, 2010.

SÁ-SILVA, Jackson Ronie; ALMEIDA, Cristóvão Domingos de; GUINDANI, Joel Felipe. Pesquisa documental: pistas teóricas e metodológicas. IN: **Revista Brasileira de História & Ciências Sociais** Ano I - Número I - Julho de 2009. Disponível em: <<https://www.rbhcs.com/rbhcs/article/view/6/pdf>>. Acesso em: 10 mai 2019

SANTAELLA, Lucia. **Culturas e artes do pós-humano: da cultura das mídias à cibercultura**. 4. ed. São Paulo: Paulus, 2010

SANTOS, Milton. **Por uma geografia nova: da crítica da geografia a uma geográfica crítica**. São Paulo: Edusp, 2008.

SCHUMPETER, Joseph Alois. **Teoria do Desenvolvimento Econômico: uma investigação sobre lucros capital crédito juro e ciclo econômico**. São Paulo: Editora Nova Cultural, 1997. Disponível em <
http://www.ufjf.br/oliveira_junior/files/2009/06/s_Schumpeter_-_Teoria_do_Developiment_o_Econ%3%B4mico_-_Uma_Investiga%3%A7%3%A3o_sobre_Lucros_Capital_Cr%3%A9dito_Juro_e_Ciclo_Econ%3%B4mico.pdf>. Acesso em 8 mai 2018

SEBRAE. **Música tocando negócios: um guia para ajudar você a empreender na música**. 2015.

SEGALLA, Myrthes de Freitas. **Empreendedorismo cultural e organizações criativas: Desafios enfrentados no Brasil e na França**. Programa Institucional de Bolsas de Iniciativas Científica, FGV. Escola de Administração de Empresas de São Paulo, 2008. Disponível em <
http://gvpesquisa.fgv.br/sites/gvpesquisa.fgv.br/files/publicacoes/empreendedorismo_cultural_e_organizacoes_criativas_-_desafios_enfrentados_no_brasil_e_na_franca.pdf>. Acesso em 18 mai 2018.

SHUKER, Roy. **Vocabulário de Música Pop**. São Paulo: Hedra, 1999.

SILVA, Juremir Machado da. (Des)caminhos do método: uma nova reflexão sobre a finalidade dos meios. IN: **APRENDER** - Cad. de Filosofia e Psic. da Educação Vitória da Conquista Ano III n. 5 p. 155-163, 2005

SOARES, Thiago. **A construção imagética dos videoclipes: canção, gêneros e performance na análise de audiovisuais da cultura midiática**. Tese (Doutorado em Comunicação) - Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas, Universidade Federal da Bahia (UFBA), Salvador, 2009.

SOARES, Thiago. **Videoclipe - O Elogio da Desarmonia**. Marca de Fantasia, João Pessoa, 2012.

SOARES, Tiago. Sobre os novos rumos da televisão musical: MTV, YouTube e o “fim” do videoclipe. . **Rua – Revista Universitária do Audiovisual**. São Carlos, SP: UFSCAR, 15 set 2008. Disponível em: < <http://www.rua.ufscar.br/sobre-os-novos-rumos-da-televisao-musical-mtv-youtube-e-o-fim-do-videoclipe/>>. Acesso em: 08 jun 2019.

SOARES, Vinicius. Por que Você Deve Gravar uma “Live Session” ?, **O Palco Digital**, 2017. Disponível em: <<https://opalcodigital.com.br/site/por-que-voce-deve-gravar-uma-live-session/>>. Acesso em 11 mai 2018

SODRÉ, Jailton Fonseca; CARNEIRO DOS SANTOS, Márcio. **Produção fonográfica: história e qualidade técnica nos estúdios de São Luís/Márcio Carneiro dos Santos, Jailton Fonseca Sodré.** São Luis : LABCOM DIGITAL, 2015.

SODRÉ, Muniz. **Antropológica do Espelho: Uma Teoria da Comunicação Linear e em Rede.** Petrópolis: Vozes, 2012.

STEMPEL, Jonathan. Google, Viacom settle landmark YouTube lawsuit. **REUTERS**, 18 mar 2014. Disponível em: < <https://www.reuters.com/article/us-google-viacom-lawsuit/google-viacom-settle-landmark-youtube-lawsuit-idUSBREA2H11220140318>> Acesso em 10 jun 2019.

STRAW, Will. **Systems of articulation, logics of change: scenes and communities in popular music.** Cultural Studies. v. 5, n. 3, 361-375, Oct. 1991.

STRAW, Will. **Scenes and Sensibilities.** Revista E-compós, n. 6, p. 1-16, ago. 2006. Disponível em: <http://www.compos.org.br/e-compos/adm/documentos/ecompos06_agosto2006_willstraw.pdf>. Acesso em 26 jun 2017.

TREVISAN, Michele Kapp. 265 f. **A era MTV: análise da estética de videoclipe (1984- 2009).** Tese (Doutorado em Comunicação Social) – Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2011. Disponível em: <<http://tede2.pucrs.br/tede2/handle/tede/4466>>. Acesso em: 10 out. 2018

TROTTA, Felipe. Cenas Musicais e Anglofonia: sobre os limites da noção de cena no contexto brasileiro. In: JANOTTI JUNIOR, Jeder; SÁ, Simone Pereira de. **Cenas Musicais.** Guarema, SP: Anadarco, 2013.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO. PREXAE/Departamento de Assuntos Culturais. **Catálogo da 12ª Jornada de Cinema e Vídeo do Maranhão.** São Luís, 1989

_____. PREXAE/Departamento de Assuntos Culturais. **Catálogo do 13ª Guarnicê de Cine-Vídeo (Jornada de Cinema e Vídeo do Maranhão).** São Luís, 1990

_____. PREXAE/Departamento de Assuntos Culturais. **Catálogo do 14ª Guarnicê de Cine-Vídeo (Jornada de Cinema e Vídeo do Maranhão).** São Luís, 1991

_____. PREXAE/Departamento de Assuntos Culturais. **Catálogo do 15ª Guarnicê de Cine-Vídeo.** São Luís, 1992

_____. PREXAE/Departamento de Assuntos Culturais. **Catálogo do 16ª Guarnicê de Cine-Vídeo.** São Luís, 1993

_____. PREXAE/Departamento de Assuntos Culturais. **Catálogo do 17ª Guarnicê de Cine-Vídeo.** São Luís, 1994

_____. PREXAE/Departamento de Assuntos Culturais. **Catálogo do 18ª Guarnicê de Cine-Vídeo.** São Luís, 1995

_____. PREXAE/Departamento de Assuntos Culturais. **Catálogo do 19ª Guarnicê de Cine-Vídeo**. São Luís, 1996

_____. PREXAE/Departamento de Assuntos Culturais. **Catálogo do 20ª Guarnicê de Cine-Vídeo**. São Luís, 1997

_____. PREXAE/Departamento de Assuntos Culturais. **Catálogo do 21ª Guarnicê de Cine-Vídeo**. São Luís, 1998

_____. PREXAE/Departamento de Assuntos Culturais. **Catálogo do 22ª Guarnicê de Cine-Vídeo**. São Luís, 1999

_____. PREXAE/Departamento de Assuntos Culturais. **Catálogo do 23ª Guarnicê de Cine-Vídeo**. São Luís, 2000

_____. PREXAE/Departamento de Assuntos Culturais. **Catálogo do 24ª Guarnicê de Cine-Vídeo**. São Luís, 2001

_____. PREXAE/Departamento de Assuntos Culturais. **Catálogo do 25ª Guarnicê de Cinema**. São Luís, 2002

_____. PREXAE/Departamento de Assuntos Culturais. **Catálogo do 26ª Guarnicê de Cinema**. São Luís, 2003

_____. PROEX/Departamento de Assuntos Culturais. **Catálogo do 27ª Guarnicê de Cinema**. São Luís, 2004

_____. PROEX/Departamento de Assuntos Culturais. **Catálogo do 28ª Guarnicê de Cinema**. São Luís, 2005

_____. PROEX/Departamento de Assuntos Culturais. **Catálogo do 29ª Guarnicê de Cinema**. São Luís, 2006

_____. PROEX/Departamento de Assuntos Culturais. **Catálogo do 30ª Guarnicê de Cinema**. São Luís, 2007

_____. PROEX/Departamento de Assuntos Culturais. **Catálogo do 31ª Guarnicê de Cinema**. São Luís, 2008

_____. PROEX/Departamento de Assuntos Culturais. **Catálogo do 32ª Guarnicê de Cinema**. São Luís, 2009

_____. PROEX/Departamento de Assuntos Culturais. **Catálogo do 33ª Guarnicê de Cinema**. São Luís, 2010

_____. PROEX/Departamento de Assuntos Culturais. **Catálogo do 34ª Guarnicê de Cinema**. São Luís, 2011

_____. PROEX/Departamento de Assuntos Culturais. **Catálogo do 42^a Guarnicê de Cinema**. São Luís, 2019

URGEL, Cláudio. **Empreendedorismo na Escola de Música da UFMG**
 Texto apresentado no evento: Semana Global do Empreendedorismo 2010 –
 Semana do Empreendedorismo. UFMG - Mesa: Professores Empreendedores e os
 desafios da UFMG. Disponível em:
 <<http://musica.ufmg.br/claudiourgel/Empreendedorismo%20na%20Escola%20de%20Musica.pdf>> Acesso em 25 jun 2017.

VAZ, Gil Nuno. **História da Música Independente**. São Paulo: Brasiliense, 1988.

VÉRAS, Maura Pardini Bicudo. **Trocando olhares: uma introdução à construção sociológica da cidade**. São Paulo: Studio Nobel: EDUC, 2000.

VICENTE, E. A vez dos independentes(?): um olhar sobre a produção musical independente do país. E-Compós (Brasília), v. 7, p. 1/19-19/19, 2006. Disponível em: <<http://compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/viewFile/100/99>>. Acesso em 16 abr 2018

WILLIAMS, Raymond. **Cultura e materialismo**. São Paulo: Editora Unesp, 2011.

_____. **Culture & Society 1780-1950 (1960)**. Doubleday & Company, Inc. Universal Digital Library, New York, 1960. Disponível em <<https://archive.org/details/culturesociety17001850mbp>>. Acesso em 08 mar 2017.

_____. **Marxismo e literatura**. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1979.

_____. **Palavras-chave: um vocabulário de cultura e sociedade**. São Paulo: Boitempo, 2007.

YÚDICE, George. **A conveniência da cultura: usos da cultura na era global**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2006.

YIN, Robert K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. Porto Alegre: Bookman, 2010.

ZHANG, Michael. Camera sales may be stabilizing after a few years of freefall. **PetaPixel**. 14 nov. 2015. Disponível em: <<http://petapixel.com/2015/11/14/camera-sales-may-be-stabilizing-after-a-few-years-of-freefall/>>. Acessado em: 08 jun. 2019.

APÊNDICES

APÊNDICE A

Videoclipes maranhenses no Festival Guanicê de Cinema

12ª Jornada de Cinema e Vídeo, 1989

Vídeo	Realizador	Origem	Ano
Cantiga do Sapo - Sérgio Habibe e Cláudio Popó	Kitt Figueiredo/Gabriel Oliveira*	São Luís - MA	Setembro/1989

13ª Jornada de Cinema e Vídeo, 1990

Vídeo	Realizador	Origem	Ano
Pilulas eletrônicas	Caio França	MA	1990
De fala	Rogério Ferrari	RS	1990

14º Guarnicê de Cine-Vídeo, 1991

Vídeo	Realizador	Origem	Ano
Desintegração	Renato alexandre e Vicente Belaglovis	MA	1991

15º Guarnice de Cine-Vídeo, 1992

Vídeo	Realizador	Origem	Ano
Tango Lupiciano - Mano Borges	Kitt Figueiredo/Murilo Santos/ Sistema Mirante de Comunicação	São Luís - MA	1992

16º Festival Guarnicê, 1993

Vídeo	Realizador	Origem	Ano
Regueiros Guerreiros - Tribo de Jah	Cicero José Silva/Conecta	São Luís -MA	1993
Pedras no Asfalto - Tutuca	Kitt Figueiredo e Gabriel Oliveira/TV Mirante	São Luís-MA	1993
País de Brincadeira - Mano Borges	Kit Figueiredo/Mano Borges*	São Luís-MA	1993
Breve como um Jogo - Tribo de Jah	Luís Rodolfo	São Luís-MA/Belo Horizonte-MG	1993

Palavras Erradas - Paul Time	Waniel Jorge/BC Propaganda e Marketing	São Luís-MA	1993
------------------------------	---	-------------	------

17º Festival Guarnicê, 1994

Vídeo	Realizador	Origem	Ano
Face Oculta Racista - Navalhas Negras (rap maranhense)	Cajau Cardoso	São Luís	1994

18º Festival Guarnicê, 1995 (1º Troféu Guarnicê para Vídeo Clip)

Vídeo	Realizador	Origem	Ano
O radinho	Direção: Cicero Silva Produção: Márcia Campos	MA	1995
Essência de ser	Direção: Ernani Paiva Produção: TVT - TV Talento	MA	1995
Sotaques Maranhenses	Produção e Direção: Paulo Roberto Reis e Márcio Roberto Brito	MA	1995
Hip Hop	Direção: Francisco Ribeiro Produção: Multivideo	MA	1995
Amor e Liberdade	Direção: Francisco Ribeiro Produção: Multivideo	MA	1995
Oração do Espírito Santo	Direção: Francisco Ribeiro Produção: Multivideo	MA	1995

19º Festival Guarnicê ,1996 (2º Troféu Guarnicê para Vídeo Clip)

Vídeo	Realizador	Origem	Ano
Ça Va - Mano Borges	Direção: Murilo Santos* Produção: Mano Borges/Murilo Santos/Fátima Macedo	MA	1996

20º Festival Guarnicê, 1997 (3º Troféu Guarnicê para Vídeo Clip)

Vídeo	Realizador	Origem	Ano
Pedras (Ana Torres)	Direção: Luiz Wolf Produção: Phocus Publicidade	MA	1996
Versos Antigos - Banda Daphne	Direção e Produção: Toni Rodrigues e Wilmar Ney	MA	1996
Coisas de Amor (Roberto Rafa)	Direção: Cecília Leite Produção: Roberto Rafa, Cecília Leite e Alex Palhano	MA	1996

21º Festival Guarnicê, 1998 (4º Troféu Guarnicê para Vídeo Clip)

Vídeo	Realizador	Origem	Ano
Oração Africana	Direção e Produção: Rosa Santos	MA	1998
Mãos	Direção e Produção: Rosa Santos	MA	1998
Baião a 2 - Carlinhos Veloz e César Nascimento	Direção: Luiz Wolff Produção: Carlinhos Veloz e Cesar Nascimento	MA	1998
Tempo, reggae, samba - Assis Medeiros	Direção: Hamilton Lima Oliveira Filho/ Adriana Medeiros Produção: Assis Medeiros/Adriana Medeiros	MA	1998
Banda Guetos	Direção e Produção: Murilo Santos	MA	1997
Bandeira - Zeca Baleiro	Direção: Alex Miranda Produção: Rossana de Celso	MA	1998
Heavy Metal do Senhora - Zeca Baleiro	Direção: Alex Miranda Produção: Rossana de Celso	MA	1998

22º Festival Guarnicê, 1999 (5º Troféu Guarnice para Vídeo Clip)

Vídeo	Realizador	Origem	Ano
Solidão - Sérgio Habibe	Direção: Cícero Silva e Tácito Borralho Produção: Cícero Silva	MA	1999
Hanna Be Happy - Valerie Harison	Direção: Murilo Santos e Ademar Danilo Produção: Murilo Santos	MA	1999
Espelho - Mano Borges e Gerson da Conceição	Direção e Produção - Fernando Bicudo	MA	1999
Nostálgica Amante - Marquinhos Bill	Direção: Luiz Wolff Produção: Produtora 4	MA	1999
Ponto G - César Roberto	Direção: Luiz Wolff Produção: Produtora 4	MA	1999
Salão de Beleza - Zeca Baleiro	Direção: Beto Matuck, Murilo Santos e Zeca Baleiro Produção: Matuck & Cia/ Yamaji Filmes	MA	1999
Rapp da Ilha - Zé Lopes	Direção: Jorge Tadeu (TV Mirante) Produção: Pergentino Holanda	MA	1999

23º Festival Guarnicê, 2000 (6º Troféu Guarnicê para Vídeo Clip)

Vídeo	Realizador	Origem	Ano
Mãos - Frei Alfredo	Direção e Produção Rosa C. Santos	MA	2000
Amigo - Frei Alfredo	Direção e Produção Rosa C. Santos	MA	2000
A Palavra de Deus - Frei Alfredo	Direção e Produção Rosa C. Santos	MA	2000
Oração Africana - Frei Alfredo	Direção e Produção Rosa C. Santos	MA	2000
Paradigma - Frei Alfredo	Direção e Produção Rosa C. Santos	MA	2000
Couro de Sangue - Terra Brasilis	Produção: André Santino, Gustavo Mendonça e Bruno Souza Direção: Wagner Costa e Leonardo David	MA	2000
Papagaio de Papel - Antonio Vieira e Cesar Teixeira	Produção: Equipe Studio V Direção: Frederico Machado	MA	2000
Beijo de Pêssego - Banda Reprise	Direção e Produção: Luiz Wolff	MA	2000

24º Festival Guarnicê, 2001¹²³ (7º Troféu Guarnicê para Vídeo Clip)

Vídeo	Realizador	Origem	Ano
Panaquatira	Direção: Rita Miranda Produção: Cícero Silva	MA	2001
Clip Praia Grande	Produção: Studio V Direção: Cícero silva	MA	2001
Reflexão - Santa Cruz	Produção: Santa Cruz Direção: Bruno Maia	MA	2001
Calypso "Homenagem musical à Jackes Custeau"	Produção: Célia Leite e Jorge Direção: Jorge Tadeu	MA	2001
Bourbon	Direção e Produção: José Lopes Filho	MA	2001
Bela Mocidade - Fernando de Carvalho e Balet Ópera Brasil	Direção e Produção: Fernando Bicudo (Teatro Arthur Azevedo)	MA	2001
Kumbaya - Fernando de Carvalho e Coral São João	Direção e Produção: Fernando Bicudo (Teatro Arthur Azevedo)	MA	2001
Linda Flor: Ai YoYo - Fernando de Carvalho, Débora Silveira e Antônio Gaspar	Direção e Produção: Fernando Bicudo (Teatro Arthur Azevedo)	MA	2001
Na Levada do Planeta	Produção: Phocus Publicidade Direção: Bruno Lunas	MA	2001
Forrogode	Produção: TV Difusora Direção: Luis Wolf	MA	2001

25º Festival Guarnicê, 2002 (8º Troféu Guarnice para Vídeo Clip)

Vídeo	Realizador	Origem	Ano
Só o Amor - Marília Borges	Produção: Oswaldino Lisboa e Elison Fragoso/TV Praia Grande Direção: Elinson Fragoso	MA	2001

¹²³ Percebe-se neste ano que não concorrem apenas vídeos musicais, a exemplo do "Clip Praia Grande", que tem em sua sinopse "Video Clip em homenagem à história da Praia Grande, centro histórico de São Luís-MA", com duração de trinta segundos

26º Festival Guarnicê, 2003

Vídeo	Realização	Link	Ano
Book TV de Jéssica	Produção: Ryan Chagas/Megazoom Produções e Marketing Direção: Ryan Chagas	-----	2003
Flor de Verbana	Produção: Ryan Chagas Direção: Ryan Chagas	-----	2003
Catarina Mina Haicai	Produção: Fred Machado e Catarina Mina Direção: Fred Machado	https://www.youtube.com/watch?v=p3s1lzlv9NQ	2002
Favela do Samba Sousandrade	Produção: Murilo Santos Direção: Murilo Santos	-----	2003
Mystical Roots Amarelou	Produção: Beto Matuck Direção: Beto Matuck e Cláudio Farias	https://www.youtube.com/watch?v=LQyx5Yb8700	2002
Caldeirada de Camarão	Direção e Produção: Eveline Cunha/Mirante	-----	2003
Calipso	Direção e Produção: Célia Leite e Paulo do Vale	-----	2002

27º Festival Guarnicê, 2004

Vídeo	Realização	Link	Ano
Calypso*	Direção e Produção: Célia Leite, Paulo do Vale e Murilo	----	2003
Tereza Cantú e banda LL3 Sempre te Procurei	Direção: Diógenes Estrela Produção: DPS	----	2004
Banda Legenda	Direção e Produção: Eveline Cunha	----	2003
Nego Ka'apor	Direção e Produção: Eveline Cunha	----	2003
Favela do Samba Rebeldia na Ilha	Produção: Studio V Direção: Cícero Silva	----	2004
Pepe Junior Bumba Beat	Produção: Jady William, Marcos Davi e Pepe Junior Direção: Jady William, Marcos Davi	----	2004
Cecília Leite Fogueira	Produção: Cícero Silva Direção: Cícero Silva e Cecília Leite	https://www.youtube.com/watch?v=xc0d0-N5dA	2004

28º Festival Guarnicê, 2005

Vídeo	Realização	Link	Ano
Mestre Antônio Vieira Tem quem queira	Produção e Direção: Jady William e Marcos Davi	----	2004
Banda Imbolada	Produção e Direção: Olívia Franse e Eveline Cunha/Mirante	----	2005
Boi de Axixá Amor as cinco letras	Produção: Fábrika Vídeos Direção: Vicente Simão Junior	----	2004
Fenda da Rocha Pedra de Esquina	Produção: Fábrika Vídeos Direção: Vicente Simão Junior	----	2004

29º Festival Guarnicê, 2005 (11º troféu)

Vídeo	Realização	Link	Ano
Sonho Real ¹²⁴	Produção: destrela.com Direção: Diorgenes estrela	----	2006
Chiquinho França – Homenagem a São Luís	Produção: Eveline Cunha Edição: Jean Feres	----	2006
Festival/Reggae	Produção: Eveline Cunha Edição: Carlos Alberto	----	2006
São João do Maranhão	Produção: Olívia Franse Edição: Carlos Alberto	----	2006
Lágrima	Produção: Gui Castor	----	2006
Batmaccumba	Direção: Paulo César Soares	----	2006

¹²⁴ “Clípe do curta metragem positivo”

30º Festival Guarnicê, 2007

Vídeo	Realização	Link	Ano
Flavia Bittencourt Vazio	Produção: Ana Isabela Soares Martins, Flavia Bittencourt e Arturo Saboia	https://www.youtube.com/watch?v=AWOKWADQ34w	2007
Banda The Mads Fora do Ar	Produção: Michael Mesquita	----	2007
Banda The Mads Ainda bem você	Produção: Michael Mesquita	----	2007
Emanuel de Jesus Não vá embora	Produção: Emanuel de Jesus	----	2007
Criolina Quebra Pote	Produção: Alex Soares	https://www.youtube.com/watch?v=gNz6WQSPKc	2006
Zeca Baleiro Favela do Samba 2007	Produção: Cícero Silva	----	2007
Luana Hot Girl	Produção: Ryan Chagas (Quadro Hot Girl, programa Xtreme)	----	2007
MICHELLE Hot Girl	Produção: Ryan Chagas (Quadro Hot Girl, programa Xtreme)	----	2007
Marina Hot Girl	Produção: Ryan Chagas (Quadro Hot Girl, programa Xtreme)	----	2007
Emmanuele Hot Girl	Produção: Ryan Chagas (Quadro Hot Girl, programa Xtreme)	----	2007
KN July A minhoquinha	Produção: Ryan Chagas (programa KN July e a galera)	----	2007

KN July Bibliotecário	Produção: Ryan Chagas (programa KN July e a galera do Passaporte da Alegria)	----	2007
KN July Masculino e Feminino	Produção: Ryan Chagas (programa KN July e a galera do Passaporte da Alegria)	----	2007
KN July Descobrimento do Brasil	Produção: Ryan Chagas (programa KN July e a galera do Passaporte da Alegria)	----	2007

31º Festival Guarnicê, 2008

Vídeo	Realização	Link	Ano
Pataugaza Eu não existo	Direção: Alex Soares	https://www.youtube.com/watch?v=Yj1Xn4WgLM	2008
Nimbus Paradisia Empty Grave	Direção: Christian Esteves de Andrade e Cynthia Esteves de Andrade	https://www.youtube.com/watch?v=VDvc2GLtkAQ	2007
Nimbus Paradisia Inner Quest	Direção: Christian Esteves de Andrade e Cynthia Esteves de Andrade	https://www.youtube.com/watch?v=JkeDdXill84	2007
Nimbus Paradisia Sea of Souls	Direção: Érico Válney de Oliveira Moura e Cythia Esteves de Andrade	https://www.youtube.com/watch?v=QxYQ79CbR88	2007
Patrimônio	Luís Fernando Baima	----	2007
"Michaelboysband" Você	Direção: Edison Ferreira	https://www.youtube.com/watch?v=xlwkK6OnXFY	2008
A Divina Teté e seu Cacuriá	Direção: Marcos Davi de Carvalho	----	2007
100 Malícia	Direção: Marcos Davi de Carvalho	----	2007
Thayane Mourão Hot Girl	Direção: Ryan Chagas	----	2008

32º Festival Guarnicê, 2009

Vídeo	Realização	Link	Ano
Michaelboyzband Sala de Estar	Direção: Michael Mesquita	https://www.youtube.com/watch?v=DCJ8e2A2bcI	2009
Audistock Diana	Direção: Michael Mesquita	https://www.youtube.com/watch?v=WDeOXkAHCQU	2009
Ginastica Flamenca	Direção: Richardson Jorge Dias da Silva	----	2009
Lavadeira	Direção: Evandro Filho, Ingridy Martins, Wayland Junior, José Carlos Junior e Renata Karine	----	2009
Emanuel de Jesus Canção pra morena	Direção: Emanuel de Jesus/Fabrika Vídeo	https://www.youtube.com/watch?v=hx8lvNEVA1A	2007

33º Festival Guarnicê, 2010

Vídeo	Realização	Link	Ano
Banda Negokaapor Às Margens	Direção: Nicolau Leitão	https://www.youtube.com/watch?v=dpHfa25CMY	2010

34º Festival Guarnicê, 2011

Vídeo	Realização	Link	Ano
Michaelboyzband Estranha	Direção: Michael Mesquita	https://www.youtube.com/watch?v=XcLdfCtFZJM	2011
Audi Stock Você Aqui	Direção: Michael Mesquita	----	2011
Negokaapor La sombra	Direção: Werbeth Lima do Santos e Beto Ehongue	https://www.youtube.com/watch?v=ah4W3-kB7Pg	2011

42º Festival Guarnicê, 2019

Vídeo	Realização	Link	Ano
Raiz Tribal – Feat. Jahgun (Cool Runnings Riddim) Ei, Johnny!	Emerson Sousa E Elden Canedo; Prod. Mago Filmes	https://www.youtube.com/watch?v=Mkjq-Tmc Pa	2018
Enme Paixão – Feat. Butantan) Sarrar	Jhonny Amorim Prod. Thais Serra De Lima, Carol Araújo	https://www.youtube.com/watch?v=Vutspelqr5g	2018
Brena Maria Existe Muita Coisa Que Não Te Disseram Na Escola	Jasf Andrade (Josival Andrade) Prod. Explana Mermã	https://www.youtube.com/watch?v=W22lvb9ewx o	2019
Bruno Batista E Criolina Fire Babylon	Arturio Saboia Prod. Climax Filmes	https://www.youtube.com/watch?v=4wwwsgrdyv 4	2019
Antonio Vieira Cachaça Apanhou	Joaquim Haickel, Coi Belluzzu E Beto Matuck Prod. Guarnicê Produções	Link indisponível	2019
Dominica Mais Que Danada	Mabü (Matheus Botelho Neves) Prod. Thais Serra De Lima	https://www.youtube.com/watch?v=nq7a5Uz6Hvw	2019

John Defeo	John Defeo – You Are Not Alone/ Hyago Kayann Prod. Hyago Kayann	https://www.youtube.com/ watch?v=eXIEotlEnT4	2019
Você Não Está Sozinho			
Soulvenir	Sunday James Prod. Blackroom Estudios	https://www.youtube.com/ watch?v=SF1qejXfy9g	2019
Saturday Night Lover			
Bimbo	Sunday James Prod. Blackroom Estudios	https://www.youtube.com/ watch?v=ytoJRTQqz5Y	2019
Don't Lose Your Mind			
Beto Ehongue	Francisco Colombo E Aléssio Seabra Prod. Não Fornecida	https://www.youtube.com/ watch?v=zmHLtJ0TpUY	2019
Da Uma Bola			
Rita Benneditto	Gabriel Calderon, Rafael Saar E Thais Gallart Prod. Elza Ribeiro	https://www.youtube.com/ watch?v=JxWUO921gns	2018
7marias			
Ateliê Contemporâneo Cia De Dança	Jr Street Prod. 9d Studio	Link Indisponível	2019
Frida			
Lena Machado	Francisco Colombo, Gilberto Goiabeira E Aléssio Seabra Prod. Rivânio	https://www.youtube.com/ watch?v=UfBJvBP8rh4	2018
Batalhão De Rosas			

	Almeida Santos		
Levada Do Teco Balanço Do Mar	Fernando Braga Prod. Meteorica Audiovisual	https://www.youtube.com/watch?v=7wElbcRDfyU	2018
Valdo Viana Brasilha	Marcos Altino E Dandara Kran Prod. pontesholandaprodu coes@gmail.com	https://www.youtube.com/watch?v=SPhyqECwd78	2018
Rommel Ribeiro Constança	Leandro Guterres Ribeiro Prod. Kurakanga Produções	https://www.youtube.com/watch?v=QbH7sEifkso	2019
Aliens Rap Aliens Rap – P.R.A.I.A	Prod. Caio – Jpir.S Prod. Navemaerom	https://www.youtube.com/watch?v=MGdXk0VAiEY	2019
Soulvenir The Truth About Love	Sunday James Prod. Blackroom Estudios	https://www.youtube.com/watch?v=X54S9OuJFls	2018
Beto Ehongue Contradição	Manlio Macchiavello Prod. Manlio Macchiavello Prod		2019

Cafones Tudo Deu Em Nada	Joao Luciano Prod. Inovador Talvez Filmes	Link indisponível	2019
Casarão Verde Brisa Boa	Jasf Andrade (Josival Andrade) Prod. Explana Mermã	https://www.youtube.com/watch?v=INzdStEIDYE	2019
Paulão Special Power	Dani Lopes E Ingrid Barros Prod. Ingrid Rayssa Araújo Barros	https://www.youtube.com/watch?v=RaphUWIMcWE	2018

APÊNDICE B - Videoclipes a partir do Prêmio Universidade

Prêmio Universidade 2010

Vídeo	Realização	Link	Ano
Chorinho de Herança - Lena Machado ¹²⁵	Jady William	https://www.youtube.com/watch?v=C2UsLzz3_cw	2010
Estranha - Michaelboyzband	Michael Mesquita	https://www.youtube.com/watch?v=XcLdfCtFZJM	2010
Meio Louco - Farol Vermelho	Rafael Batista	https://www.youtube.com/watch?v=keoGSdL8u7U	2010
Nêga Batista - Tatto Costa ¹²⁶	S/C	https://www.youtube.com/watch?v=u_9wo7GuLh8	2011
São Luís- Havana - Criolina ¹²⁷	Itaú Cultural	https://www.youtube.com/watch?v=QBFv6aC9pG4	2011
The rootsman - Tribo de Jah e Clinto Fearon	Tribo de Jah	https://www.youtube.com/watch?v=O_0zql-JAn0	2010
Cease the fire - Tribo de Jah ¹²⁸	Cease the Fire	https://www.youtube.com/watch?v=ChG-ox_ZbA	2009

¹²⁵ Registro de apresentação

¹²⁶ Registro de apresentação

¹²⁷ Registro de apresentação viabilizado pelo Itaú Cultural/SP. Gravado em 2011, postado em 2013

¹²⁸ Compõe DVD lançado em 2009. Publicado em 2016

Prêmio Universidade 2011

Vídeo	Realização	Link	Ano
Raiz Tribal - Jah Sigo	Codigo de Barras Produções	https://www.youtube.com/watch?v=7kTAvhLjefg	2010
Gallo Azhuu, Animal	S/C	https://www.youtube.com/watch?v=-UOdyqh9Sw	2010
Emanuel Jesus – Onde estará o meu amor	Cícero Filho/TVM Filmes 2011	https://www.youtube.com/watch?v=9v3_FTdZ_yM	2011

Prêmio Universidade 2012

Vídeo	Realização	Link	Ano
Aquela - Glad	Alexandre Mussi	https://www.youtube.com/watch?v=mUOr9NAL1kA	2012
Calma aí, coração - Zeca Baleiro ¹²⁹	Zulu Filmes/ SomLivre	https://www.youtube.com/watch?v=XaqaqRuU9Hw	2012
Ilha de tudo que é belo - Zé Lopes	Zé Lopes	https://www.youtube.com/watch?v=ZlswPxWKqeE	2012
Ilha do Amor - Anna Torres ¹³⁰	Kanam Prodaction (canal com vários videos da Anna Torres)	https://www.youtube.com/watch?v=LwhghOXFf78	2012
Quem é de Deus - Kazamata	Acustica Intervenções Criativas	https://www.youtube.com/watch?v=N4jib5lrQH0	2013
Marcos Lamy - Me leva longe	Cantaria Filmes	https://www.youtube.com/watch?v=E_xSgOJmqFg	2012
Phill Veras - Valsa e Vapor	Andar de Cima HomeStudio	https://www.youtube.com/watch?v=N_dMUZE9lu0	2012

¹²⁹ Compõe DVD lançado pela SomLivre

¹³⁰ Realizado com patrocinadores

Prêmio Universidade 2013

Vídeo	Realização	Link	Ano
Farinha do mesmo saco - Santa Cruz	Jorrimar Sousa e Ribamar Nascimento	https://www.youtube.com/watch?v=VHvynYT59co	2013
Maguinha Cajuína - Afrôs	GrupoAfrôs/Sesc	https://www.youtube.com/watch?v=6m9spscckqE	2013
Mimosa (Na cara da mãe) - Regi Natureza	S/C	https://www.youtube.com/watch?v=fRJ1U5B5Bn0	2013
Tatto Costa - O final do Fim	Tatto Costa	https://www.youtube.com/watch?v=1ZTpHiRgm0U	2013
Emilio Sagaz - Brio	Emilio Sagaz	https://www.youtube.com/watch?v=mWW_jJn3R_E	2013
Cabôco - Plano Somma e DJ Juarez	Thompson Borrvalho	https://www.youtube.com/watch?v=iACiF_iKe2I	2012
Phill Veras - Como nos meus sonhos	S/C	https://www.youtube.com/watch?v=4Ev3wi_m9os	2012
Lesbianeasy loverboy - Royal Dogs	Vander Ferraz	https://www.youtube.com/watch?v=BUIURJ47Hxw	2014
Madian e os escarcéu - Um rei	Érico Monk/Madian/Acustica Studio	https://www.youtube.com/watch?v=Lq9jHVVofv4	2015
Tudo bem - Rádio X	Rodrigo Lages	https://www.youtube.com/watch?v=UnQRYFVs1wI	2013
Vestido Negro - Marcos Magah	S/c	https://www.youtube.com/watch?v=3_FGOjPMLoA	2013

APÊNDICE C – Vídeos nas Mostras do Festival Maranhão na Tela

Festival Maranhão na Tela, 2017

Vídeo	Direção	Produção	Link	Ano
Coletivo Gororoba Spray de Pimenta	Ramúsyo Brasil	Camila Pinto Boulosa, Nidiram Simões, Eider, Hérica Fernandes, Jânia Lindoso, Cláudia, Nilton Nagem, Maria do Carmo, Cláudia, Társis e Adson	https://www.youtube.com/watch?v=JwGH_JYrll8	2012
Kazamata feat. Cedric Myton Quem é de Deus	Rogério Pereira/Acústica Studio/Saulo Cavaignac	Eani Paulo e Jr. Muniz	https://www.youtube.com/watch?v=N4jib5lrQH0	2013
Heriverto Nunes Samba de Esquecer	Manlio Macchiavello	Não creditado	https://www.youtube.com/watch?v=YDGqj1ioq0g	2014
Criolina Latinoamericano	Tatiana Natsu e Diego Carvalho Sá	Gataria Filmes; Mariana Sierra e Maristela Sena	https://www.youtube.com/watch?v=gK-7r4EiQzA	2015
Boys Bad News Another Sin	Arthur Costa e Marcelo cunha	Não creditado	https://www.youtube.com/watch?v=xgqMDwTDnhs	2015
Gallo Azhuu Bruxa	Inácio Araújo e Leide Ana Caldas	Não creditado	https://www.youtube.com/watch?v=M9Vfyd_wVJQ	2016
Bruno Batista Bagaça	Arturo Saboia	Não creditado	https://www.youtube.com/watch?v=0PjDW1VN1o0	2016
Núbia Obscuros às Retinas	Arthur Rosa França	Thiago Tito	https://www.youtube.com/watch?v=vQkizXv8aJo	2016

Banda Raja My Mind Can Fly Away	Bem Hur Real; Markim Araújo; Nadia Biondo; Nairon Botão	Freela Conteúdo; Raja; Gustavo Sampaio; Nadia Biondo	https://www.youtube.com/watch?v=CKtf5Rb9Y_8	2016
PE.ACE REFRCTOR	Dinho Araújo, Diones Caldas, Ruan Paz	PE.ACE	https://www.youtube.com/watch?v=pAS4oWQZDyE	2016
Núbia Voo de Renúncia	Arthur Rosa França	Thiago Tito	https://www.youtube.com/watch?v=D3pulRHb8yE	2016
Criolina Quizás	Henrique Sugmyama	Henrique Sugmyama/Tássia Dur	https://www.youtube.com/watch?v=gSZOPNHxFSc	2016
PE.ACE RADIANCE	PE.ACE		https://www.youtube.com/watch?v=DLcy6CfFBr4	2016
Tony Soubler Raio de Sol	Manlio Macchiavello	Chiquinho Sousa	https://www.youtube.com/watch?v=R6c4vjW8SKk	2016
Desdemona ETC Homens ao mar	Ben Hur e Freela Conteúdo/Antonia Rangel	Antonia Rangel	https://www.youtube.com/watch?v=1jZ9iJCl5Lg	2017
Catch a Fire Ponteiro	Jonas Pires	Não creditado	----	2017
Manlio Macchiavello Bak Bak	Manlio Macchiavello		----	2017
Ornitorrincos do Sertão Turu Árvore	Base SLZ (Laila RAzzo e Arthur Costa)	Base SLZ	https://www.youtube.com/watch?v=U4Aj9j9PZCI	2017
Soulvenir Wild Angel	Sunday James e Marcelo Cunha/Soulvenir	Marcelo Cunha e Soulvenir	https://www.youtube.com/watch?v=HVkXPg6yJz8	2017

Festival Maranhão na Tela, 2018

Vídeo	Realização	Link	Ano
Ari Sousa Santi	Paulo Malheiros/Rick Ramos	https://www.youtube.com/watch?v=CGtUsL3niS4	2018
Butantan & Only Fuego Boy	Lucas Sá/Sâmia Oliveira	https://www.youtube.com/watch?v=NLTvKVtf4DE	2018
Bruno Batista Caixa Preta	Arturo Saboia/Luna Gandra	https://www.youtube.com/watch?v=gmpm3qabi14	2018
Criolina A Menina do Salão	Arthur Rosa França/ Prod. Carol Marques	https://www.youtube.com/watch?v=Ajd5AlhqfLE	2018
Frimes Fadinha	Lucas Sá Prod. Sâmia Oliveira	https://www.youtube.com/watch?v=wJM5MO76qQk	2018
Gugs Cercado e Protegido	Kayuá	https://www.youtube.com/watch?v=9E9fo-1GZbw	2018
Jan França Horny	Jan França Prod. Valéria Vale e Henrique Ribeiro	https://www.youtube.com/watch?v=g6BwLXLN9SI	2018
Gugs Entre a Luz e a Sombra me Debato	Dahora Filmes e Xila	https://www.youtube.com/watch?v=1reBDJLUhyc	2018
Manlio Macchiavello Morphing in the Rain	Manlio Macchiavello	Link indisponível	2018
7 Marias Rita Benneditto	Gabriel Calderon, Rafael Saar e Thais Gallart Prod. Elza Ribeiro	https://www.youtube.com/watch?v=JxWUO921gns	2018

Soulvenir My Ocean	Bruno Araújo Prod. Soulvenir	https://www.youtube.com/watch?v=yr01nU2ihWM	2018
Tiago Máci Xote Dessa Moça	Rick Ramos Prod. Dani Lopes	https://www.youtube.com/watch?v=7XTaodPK82M	2018
Vinaa Moço Bonito	Domingos Thiago Prod. Vinaa	https://www.youtube.com/watch?v=GlaKJarjS8	2018

APÊNDICE D – Vídeos musicais produzidos de 2012 a 2019 – levantamento final realizado pelo próprio autor

Vídeos musicais produzidos em 2012

Vídeo	Realização	Link	Ano
Phill Veras – Lancei (acústico/caseiro)	Andar de Cima	https://www.youtube.com/watch?v=r3tcjmuZhwM	2012
Phill Veras – Valsa e Vapor (acústico)	Andar de Cima	https://www.youtube.com/watch?v=N_dMUZE9lu0	2012
Phill Veras – Cambota (acústico caseiro)	Não creditado	https://www.youtube.com/watch?v=HCPPrkK0rSZo	2012
Phill Veras – Como nos meus sonhos (acústico caseiro)	Não creditado	https://www.youtube.com/watch?v=4Ev3wi_m9os	2012
Phill Veras – Basta a Coragem (acústico caseiro)	Não creditado	https://www.youtube.com/watch?v=KgBXL3jPA4E	2012
Phill Veras – Desde mil quatrocentos e tal	Andar de Cima	https://www.youtube.com/watch?v=sMbh_O563n8	2012
Phill Veras – Pode vir comigo (Acústico)	Cantaria Filmes/Marcos Ponts	https://www.youtube.com/watch?v=9nP6U4uiZLA	2012
Phill Veras – O Velho John Dizia (Ao vivo no BR135)	Não creditado	https://www.youtube.com/watch?v=xhRJTfJFCCg	2012
Festival Luneta Musical - Pedeginja (Salsa de um ex-amor ao vivo)	Cantaria Filmes	https://www.youtube.com/watch?v=Pcwokb0ZUck	2012
Fúria Louca – Rock Fever / Metal Open Air (ao vivo)	Cantaria Filmes	https://www.youtube.com/watch?v=xHam9KYxlJw	2012

Phill Veras – Vida Vingará (Acústico)	Cantaria Filmes/Marcos Ponts	https://www.youtube.com/ watch?v=2KFECgwEAc0	2012
Marcos Lamy – Me leva longe (acústico)	Cantaria Filmes/Marcos Ponts	https://www.youtube.com/ watch?v=E_xSgOJmqFg	2012
Aziz – Como se fosse um bolero	Cantaria Filmes/Marcos Ponts	https://www.youtube.com/ watch?v=NvUcgyCqt24	2012
Marcos Lamy – Sampa (Acústico)	Cantaria Filmes/Marcos Ponts	https://www.youtube.com/ watch?v=pQYjFGT-ukY	2012
Paulo Cesar Linhares – Vovó de Férias no Século XXI (Acústico)	Cantaria Filmes/Marcos Ponts	https://www.youtube.com/ watch?v=DS03F8Xcgs8	2012
Cabôco - Plano Somma e DJ Juarez	Thompson Borrvalho	https://www.youtube.com/ watch?v=iACiF_iKe2I	2012
Coletivo Gororoba Spray de Pimenta	Ramúsyo Brasil Prod. Camila Pinto Boullosa, Nidiram Simões, Eider, Hérica Fernandes, Jânia Lindoso, Cláudia, Nilton Nagem, Maria do Carmo, Cláudia, Társis e Adson	https://www.youtube.com/ watch?v=JwGH_JYrll8	2012
Jack Devil – Under the metal Comman	Jackdevil/André Nadler	https://www.youtube.com/ watch?v=kORM6T_mjVE	2012
Ilha do Amor - Anna Torres	Kanam Prodaction (canal com vários videos da Anna Torres)	https://www.youtube.com/ watch?v=LwhghOXFf78	2012
Ilha de tudo que é belo - Zé Lopes	Zé Lopes	https://www.youtube.com/ watch?v=ZlswPxWKqeE	2012 /201 7
Aquela - Glad	Alexandre Mussi	https://www.youtube.com/ watch?v=mUOr9NAL1kA	2012

Vídeos musicais produzidos em 2013

Vídeo	Realização	Link	Ano
Tudo bem - Rádio X	Rodrigo Lages	https://www.youtube.com/watch?v=UnQRYFVs1wI	2013
Kazamata feat. Cedric Myton	Rogério Pereira/Acústica Studio/Saulo Cavaignac	https://www.youtube.com/watch?v=N4jib5lrQH0	2013
Quem é de Deus	Prod. Eani Paulo e Jr. Muniz		
Boys bad News – hate me and love me	Laila Razzo/Arthur Costa	https://www.youtube.com/watch?v=sfeVTzwb-dA	2013
Phill Veras – Dia dois (Acústico)	Cantaria Films/Marcos Ponts/ Lucas Sá	https://www.youtube.com/watch?v=l6JMzb3w_s0	2013
Farol Vermelho – Quando minha vó fugir de casa	Milho Verde/Leo Mota/Gustavo Sampaio ¹³¹	https://www.youtube.com/watch?v=Wml6JKHcso0	2013
Fúria Louca – Fatuous Fire	Laila Razzo/Fabio Matta/Marcos Ponts	https://www.youtube.com/watch?v=aXdlF_-JrOE	2013
Farinha do mesmo saco - Santa Cruz	Jorrimar Sousa e Ribamar Nascimento	https://www.youtube.com/watch?v=VHvynYT59co	2013
Emilio Sagaz - Brio	Emilio Sagaz	https://www.youtube.com/watch?v=mWW_jJn3R_E	2013
Maguinha Cajuína - Afrôs * Ao vivo	GrupoAfrôs/Sesc	https://www.youtube.com/watch?v=6m9spcgckqE	2013
Mimosa (Na cara da mãe) - Regi Natureza	S/C	https://www.youtube.com/watch?v=fRJ1U5B5Bn0	2013
Suíte Master – Olhar de Desejo	Rogério Pereira – Acústica Studio/Saulo Cavaignac/Jojo Lobato	https://www.youtube.com/watch?v=bwDPMYKiynU	2013

¹³¹ Ficha completa no link

Vídeos musicais produzidos em 2014

Vídeo	Realização	Link	Ano
Banda Zero Hum – Amantes	Rogério Pereira Acústica Studio/Saulo Cavaignac/JoJo Lobato	https://www.youtube.com/watch?v=v5PKdV3FXFA	2014
Banda Jotas – Livre	Kenny Wesley	https://www.youtube.com/watch?v=O2s2NirAY_A	2014
Marcos Magah – Dedos e Aneis	Christian Caselli	https://www.youtube.com/watch?v=Hv07LZ5vRZ4	2014
Royal Dogs – Lesbianeasy loverboy	Vander Ferraz e Marcelo Cunha	https://www.youtube.com/watch?v=BUIURJ47Hxw	2014
Bruno Batista – Ela vai chegar	Alessandra Fratus	https://www.youtube.com/watch?v=fPePmEvH1_s	2014
Bruno Batista e Dandara – Rosa dos Ventos	Arturo Saboia	https://www.youtube.com/watch?v=zAHE7ud4nqo	2014
Bruno Batista e Dandara – Matador	Arturo Saboia	https://www.youtube.com/watch?v=zpp0DJEQkok	2014
Jack Devil – Age of Antichrist	Rogério Pereira/Thompson Borralho/Acústica Studio	https://www.youtube.com/watch?v=9uYS3yHmh24	2014
Jack Devil – Flashlights	Sem créditos	https://www.youtube.com/watch?v=wC-RNrcBZZq	2014
Jack Devil – Hino do Sampaio Corrêa F.C.	Não creditado (Acústica Studio)	https://www.youtube.com/watch?v=CPzjR9SJEBc	2014
Plano Somma – Ilha Sinistra	Freela Conteúdo	https://www.youtube.com/watch?v=2uZLTi65qxA	2014
Soulvenir –Pixel	Anderson França ¹³²	https://www.youtube.com/watch?v=kl-ltPiRnSM	2014
Samille Araújo – Mesa de Jantar	Peter M. Buckland/Andar de Cima	https://www.youtube.com/watch?v=yRzbASeBAb0	2014
Andar de Cima Sessions -	Peter M. Buckland	https://www.youtube.com/watch?v=2ZRqvq9Qv2q	2014

¹³² Ficha técnica completa no link

IsraelCostaBand – Seja Eu			
Sergio Muniz – Deixa ser	QuartoAngelem/Tainan Lopes	https://www.youtube.com/ watch?v=5-BX8yfeVmY	2014
Farol Vermelho – Tantas Palavras	Rafael Batista ¹³³	https://www.youtube.com/ watch?v=g3cNicFn5K8	2014
Farol Vermelho – O que eu quero	Farol Vermelho	https://www.youtube.com/ watch?v=spmHAGJB_D8	2014
Nivandro – Bibelô	Emilio Sagazrock	https://www.youtube.com/ watch?v=T9Vp5IJbhLA	2014
Gallo Azhuu – Homem Arvore	EmilioSagazRock	https://www.youtube.com/ watch?v=Oy_7befVU2w	2014
Tanatron - Tanatron	Acustica Studio/ Rogerio Pereira Eani paulo ¹³⁴	https://www.youtube.com/ watch?v=ZLTVzVXLekc	2014
Boys bad News – Carolyn (videoletra)	Não creditado	https://www.youtube.com/ watch?v=q4CMQoEjsI	2014
Heriverto Nunes Samba de Esquecer	Manlio Macchiavello	https://www.youtube.com/ watch?v=YDGql1ioq0g	2014

¹³³ Ficha técnica completa no link

¹³⁴ Ficha completa no link

Vídeos musicais produzidos em 2015

Vídeo	Realização	Link	Ano
Emilio Eu não vou parar	SagazRock/Camila Dourado	https://www.youtube.com/watch?v=dm2llbjX47I	2015
Criolina Latinoamericano	Tatiana Natsu e Diego Carvalho Sá Prod. Gatária Filmes; Mariana Sierra e Maristela Sena	https://www.youtube.com/watch?v=gK-7r4EiQzA	2015
Boys Bad News Another Sin	Arthur Costa e Marcelo cunha	https://www.youtube.com/watch?v=xggMDwTDnhs	2015
Marcos Magah – Moda	Leandro Guterres	https://www.youtube.com/watch?v=BqVP36osh9c	2015
Israel Costa Band – Outro Ligar	Peter M. B.	https://www.youtube.com/watch?v=TaDbTo-hJ5o	2015
Israel Costa – 2 de fevereiro	Rairisson Acilon	https://www.youtube.com/watch?v=-vtaG6og0wo	2015
Israel Costa - Saudade	Rairisson Acilon	https://www.youtube.com/watch?v=SGHt51zLhIU	2015
Bruno Batista – Show Lá	Arturo Saboia	9 vídeos ao vivo disponíveis em https://www.youtube.com/user/BBatistaDivulgacao/videos	2015
Jack Devil – Evil Striker Again	Rogério Pereira/Elden Magrão/Acústica Studio	https://www.youtube.com/watch?v=KK0-StIHqfY	2015
Rommel Ribeiro – Vide Verso	Leandro Guterres	https://www.youtube.com/watch?v=HfUKRHNacYc	2015
Neeman – Ser Alguem ¹³⁵	Michel Marques	https://www.youtube.com/watch?v=CeGUPPs3wvI	2015
Jack Devil – Devil Awaits (videoletra)	Não creditado	https://www.youtube.com/watch?v=vxS5SD9T3ro	2015

¹³⁵ Cristão

Criolina – Latinoamericano	Gataria Filmes/Tatiana Natsu/Diego Carvalho Sá + vários ¹³⁶	https://www.youtube.com/watch?v=gK-7r4EiQzA	2015
Phill Veras – Ao vivo no Teatro Arthur Azevedo	Marcos Ponts/Cantaria Filmes	11 vídeos disponíveis em https://www.youtube.com/user/canalphillveras/videos	2015
Phill Veras – Pálda	Gabriella Olivo/Vitória Galvão/Phill Veras	https://www.youtube.com/watch?v=vqEfHY_wcds	2015
Gustavito – Eco (Acústico) ¹³⁷	Cantaria Films/ Marcos Ponts	https://www.youtube.com/watch?v=rgoLEYcTj98	2015
Fúria Louca – Wild horse sitting bull (videoletra)	Não creditado	https://www.youtube.com/watch?v=K5XYA1LA3Sw	2015
Fúria Louca – Stephanie Rocks (videoletra)	Não creditado	https://www.youtube.com/watch?v=2R4DbKRYGrw	2015
Fúria Louca – Love you at pieces	Não creditado	https://www.youtube.com/watch?v=zrMeRizXbzs	2015
Àsafe – Sempre mais (videoletra)	Não creditado	https://www.youtube.com/watch?v=QzZGxAbi1I0	2015
Àsafe – A Bússola (vídeo letra)	Não creditado	https://www.youtube.com/watch?v=dEF8o2UeV4I	2015
Yhago Sebaz – Jovens Guerreiros	Yhago Sebaz e Gabriel Sebastian	https://www.youtube.com/watch?v=BXKds8hyQ10	2015
Soulvenir – Old Evil (Live Session)	Rafael Batista/Soulvenir	https://www.youtube.com/watch?v=wFBH9icoeo8	2015
Memel Nogueira – Um pouco mais	Rafael Batista/Andar de Cima Sessions	https://www.youtube.com/watch?v=afINwjxlA0	2015
Nathalia Ferro – Vila Esperança (Videoletra)	Fernanda Cuenca e João Lobato	https://www.youtube.com/watch?v=LeC5howqOUE	2015

¹³⁶ Licenciado pela Sony Music. Ficha técnica completa no link do vídeo.

¹³⁷ Artista de Belo Horizonte - MG

Tiago Máci – À Musa	D'Preto Produções/ Grupo Zona	https://www.youtube.com/watch?v=nwV0Hh5wGU0	2015
Tiago Máci – Corpos no ar	Paulo do Vale/Joana Golin	https://www.youtube.com/watch?v=NFPPu-l-eYw	2015
Sfania – Argentina (Talvez eu parta amanhã) - Quarto Angelim	QuartoAngelim/Tainan Lopes	https://www.youtube.com/watch?v=b1fDcKtKfg0	2015
Alysson Serrão – Preto e Branco (Videoletra) ¹³⁸	Não creditado	https://www.youtube.com/watch?v=QCHRiVhHs_8	2015
Alysson Serrão – Para a Glória de Deus (Acústico)	@salouir	https://www.youtube.com/watch?v=ddoHRK7xxwU	2015
Farol Vermelho – No escuro (Acústico)	Rafael Batista/Andar de Cima	https://www.youtube.com/watch?v=V604ADUxa8c	2015
Boys bad News - Another sin	Arthur Costa e Marcelo Cunha	https://www.youtube.com/watch?v=xggMDwTDnhs	2015
Twelve Street – Long time ago	Kiko Lisboa/Lais Cabral/Marlon Silva	https://www.youtube.com/watch?v=XoICM9EqHU8	2015
School Thrash – Evil Attack	André Nadler/Chibata Filmes/School Thrash	https://www.youtube.com/watch?v=r6z5d3CYL44	2015
Darlon Kaperry - amor perdao fidelidade (cristao)	Lucas Sena/Sal designer/Pedro Veras	https://www.youtube.com/watch?v=bDrSXAKUfTs	2015
Madian e o escarcéu Um rei	Érico Monk/Madian/Acustica Studio ¹³⁹	https://www.youtube.com/watch?v=Lq9jHVvofv4	2015

¹³⁸ Cristão

¹³⁹ Ficha completa no link

Vídeos musicais produzidos em 2016

Vídeo	Realização	Link	Ano
Royal Dogs – Closer to Royal	Não creditado	https://www.youtube.com/watch?v=LRD27FHH_O0	2016
Gallo Azhuu Bruxa	Inácio Araújo e Leide Ana Caldas	https://www.youtube.com/watch?v=M9Vfyd_wVJQ	2016
Bruno Batista Bagaça	Arturo Saboia	https://www.youtube.com/watch?v=0PjDW1VN1o0	2016
Núbia Obscuros às Retinas	Arthur Rosa França Prod. Thiago Tito	https://www.youtube.com/watch?v=vQkizXv8aJo	2016
Banda Raja My Mind Can Fly Away	Bem Hur Real; Markim Araújo; Nadia Biondo; Nairon Botão Prod. Freela Conteúdo; Raja; Gustavo Sampaio; Nadia Biondo	https://www.youtube.com/watch?v=CKtf5Rb9Y_8	2016
PE.ACE REFRCTOR	Dinho Araújo, Diones Caldas, Ruan Paz Prod. PE.ACE	https://www.youtube.com/watch?v=pAS4oWQZDyE	2016
Núbia Voo de Renúncia	Arthur Rosa França Prod. Thiago Tito	https://www.youtube.com/watch?v=D3puIRHb8yE	2016
Criolina Quizás	Henrique Sugmyama Prod. Henrique Sugmyama/Tássia Dur	https://www.youtube.com/watch?v=gSZOPNHxFSc	2016
PE.ACE RADIANCE	PE.ACE	https://www.youtube.com/watch?v=DLcy6CfFBr4	2016
Tony Soubler Raio de Sol	Manlio Macchiavello Prod. Chiquinho Sousa	https://www.youtube.com/watch?v=R6c4vjW8SKk	2016
Israel Costa Seja Eu	Felipe Sobrinho e Peter M. Buckland	https://www.youtube.com/watch?v=kZtuu9btVQI	2016
Bruno Batista – Nigrinha	Alessandra Fratus	https://www.youtube.com/watch?v=UNccTNom_8Y	2016

Marcos Magah - Thoureau	Leandro Guterres	https://www.youtube.com/watch?v=DeAGsoX6ACU	2016
Banda Jotas – Pentecostes	Marcelo Vasconcelos, Isaque Junior e Kenny Wesley	https://www.youtube.com/watch?v=oYH6SOwaMts	2016
Catch a Fire – Armagedom	Emilio Sagazrock/Orige/Daguerre filmes/IlhaClan	https://www.youtube.com/watch?v=BqxjfdEwWFO	2016
Fábio Alex – Niilismo	Deibson Nunes e Fábio Alex	https://www.youtube.com/watch?v=2Ryt_CKrNWQ	2016
Heriverto Nunes – Cabocla Ita (compilação)	Pablo Monteiro/Grupo Zona & D’Preto Prod/Manlio Macchiavello	https://www.youtube.com/watch?v=S0ZrUGBrCMY	2016
Aiyo Krazy e Dj Wex – O Céu é o limite	Corporação Records, por DJ Wex e Adeane Mota. Studio 98	https://www.youtube.com/watch?v=USOgRNLg_nY&feature=youtu.be	2016
Templo3 – Meus dias ¹⁴⁰		https://www.youtube.com/watch?v=s1UFXVQ_bl8	2016
Neeman - Contigo ¹⁴¹	Michel Marques	https://www.youtube.com/watch?v=ejz1H6lxyE	2016
Brutallian – Blow in the eye	Fabio Matta/Marcelo Cunha/Henrique Sugmyama/Cazi Morais	https://www.youtube.com/watch?v=OUQKpQO-AcU	2016
Jack Devil – Beelzebub (Live Session)	Chibata Filmes/Eani Paulo/Acústica Studio	https://www.youtube.com/watch?v=KDwj4CbZIPs	2016
Phill Veras – Sorriso Ao Sono	Sem crédito	https://www.youtube.com/watch?v=oEAN_HkyK6w	2016
Ásafe – Sempre Mais ¹⁴²	Isaque Júnior	https://www.youtube.com/watch?v=PpA9ImI7yOA	2016
Joier – Cria da ST (Prod Gugs)	Lio Bani e Joier/IlhaClan/Jairo Ribeiro	https://www.youtube.com/watch?v=ydehJkViN1M	2016
Anna Torres – Angela feat:	Anna Torres/Adel Chaoui	https://www.youtube.com/watch?v=2we8qWSBS7w	2016

¹⁴⁰ Rock Cristão de Mirinzal

¹⁴¹ Cristão

¹⁴² Rock Cristão

Vicelow – Reggaeton ¹⁴³			
Fábio Alex – Música e Poesia (acústico)	Andar de Cima/Memel Nogueira	https://www.youtube.com/watch?v=Talm30e2xjg	2016
Zeca Baleiro – Era Domingo ¹⁴⁴	Marcos Faria	https://www.youtube.com/watch?v=w1i9k-Pr1mU	2016
Tiágo Máci – Preta Catita	Arthur Rosa França/Thiago Tito	https://www.youtube.com/watch?v=3kZLjA0IL_I	2016
Altas Doses – Me deixem Down	Não creditado	https://www.youtube.com/watch?v=rxInCi7j8Tc	2016
Hacervo – Compatriotismo	Não creditado	https://www.youtube.com/watch?v=PZO1WsYay4Y	2016
Sem Cerimônia – Tormenta (Prod. Gugs beat)	Peco Oliveira/Kingdom Records	https://www.youtube.com/watch?v=st4LOaJV8o	2016
Voiceless – Senseless	Rogério Pereira/ Acústica Studio	https://www.youtube.com/watch?v=eWkOQ9D5_lg	2016
Flávia Bittencourt – Táxi Lunar	Marcos Moreno	https://www.youtube.com/watch?v=gcTDjQNt5-0	2016
Emilio Sagaz – Aquele que melhor vencer	Daniel Prado/Daguerre Filmes/284 produções	https://www.youtube.com/watch?v=5fGelvsrCeY	2016
Royal Dogs – The Wave/Redshifted (acústico)	Base Produções	https://www.youtube.com/watch?v=UamilAGVNU	2016
Royal Dogs – Redshifted (videoletra)	Não creditado	https://www.youtube.com/watch?v=3MNq7f5g4W0	2016
Israel Costa – Até depois do fim (videoletra)	Israel Costa	https://www.youtube.com/watch?v=FiY0W5aoGk4	2016
Michael Mesquita – O que você faz	Michael Mesquita/Canal Ideia na Tela	https://www.youtube.com/watch?v=k5dzamSCfvo	2016

¹⁴³ Produzido na França

¹⁴⁴ Licenciado pela Som Livre

Brutallian – You Can't Deny hate	Henrique Sugmyama	https://www.youtube.com/watch?v=syM7PaAVwIM	2016
Templo3 – Teu Perdão	Sem crédito	https://www.youtube.com/watch?v=lcaSCDqL7IQ	2016
Jack Devil – Rito de Satán (videoletra)	Não creditado	https://www.youtube.com/watch?v=KbE7D6zeo6E	2016
Phill Veras – Hum (acústico)	Não creditado	https://www.youtube.com/watch?v=K46Csnzf0Mk	2016
Phill Veras e Thiago Podre – Sonzim pra Luis (sessão instrumental)	Fernanda Cuenca	https://www.youtube.com/watch?v=vxsvlhJ1fd8	2016
Voicless – Devil Within (acústico)	Acústica Studio	https://www.youtube.com/watch?v=0AAAna-ac-IE	2016
Voicless – A New life	CG Mídias/Pedro Lobo	https://www.youtube.com/watch?v=k4-FXJHm6xo	2016
Tiago Máci – Para isso (Live session)	Andar de Cima/Freela Conteúdo	https://www.youtube.com/watch?v=eDARAVwGLWE	2016
Tiago Máci e Til Ferreira – Barra Funda 60 (sessão acústica)	Arthur Rosa França	https://www.youtube.com/watch?v=CHx0qC5ThPE	2016
Sfanio – À Musa	Andar de Cima Sessions	https://www.youtube.com/watch?v=DKICsZLD0ic	2016
Rommel Ribeiro – Não marque bobeira	Andar de Cima Sessions	https://www.youtube.com/watch?v=HMuv5NQVaw	2016
Ari Sousa – Via Dupla	Peco Oliveira/Gabriel Coutinho	https://www.youtube.com/watch?v=46Rww5BAfQk	2016
Sfanio – Incendiar (acústico)	Tainan Lopes	https://www.youtube.com/watch?v=TTItM1BG-XI	2016
Sfanio – Gravaciona (acústico)l	Tainan Lopes	https://www.youtube.com/watch?v=S1mboVm3j9w	2016

Santiago – Green&Gold Monotonia	Rick Ramos	https://www.youtube.com/watch?v=S1mboVm3j9w	2016
James Pierre – Pra você dar o nome Monotonia	Rick Ramos	https://www.youtube.com/watch?v=Ky9ws_wNUC4	2016
Edimar Neto – Mais uma Tarde Só Monotonia	Rick Ramos	https://www.youtube.com/watch?v=GuX9gvTb0Fs	2016
Gabriela Marques – At the table Monotonia	Rick Ramos	https://www.youtube.com/watch?v=7iV2qz5J04M	2016
Púrpura Fogo – Acabou o amor Monotonia	Rick Ramos	https://www.youtube.com/watch?v=EBimX2Hx-IA	2016
Edimar Neto e James Pierre – Bang Monotonia	Rick Ramos	https://www.youtube.com/watch?v=UdMu1llvWZI	2016
James Pierre – More than me Monotonia	Rick Ramos	https://www.youtube.com/watch?v=zOEdfwOV0vc	2016
Emanuel Jesus – Canção pra morena	Não creditado	https://www.youtube.com/watch?v=hx8lvNEVA1A	2008 / 2016 ¹⁴⁵
Soulvenir – Reach Out the Sun Sobre o Tatame Sessions	Sobre O Tatame	https://www.youtube.com/watch?v=KZrEHcYFirU	2016
Paulão – Dia D	Sobre O Tatame	https://www.youtube.com/watch?v=zJPcB3hPDD0	2016
Paulão – Penélope	Sobre O Tatame	https://www.youtube.com/watch?v=vqnHKa0ixQE	2016
Paulão – Êpa Doida	Sobre O Tatame	https://www.youtube.com/watch?v=AfnliW33ulk	2016
Tiago Máci –	Arthur Rosa França	https://vimeo.com/164665	2016

¹⁴⁵ Consta na descrição do vídeo que foi produzido em 2008, porém disponibilizado no Youtube em 2016

Vamos almoçar no hospício (acústico)		427	
Catch a Fire – Giramundo (Prod. Gugs)	Daguerre Films/Emilio Sagazrock	https://www.youtube.com/watch?v=iPfN8h-AduM	2016
Catch a Fire – Então vem (Videoletra)	Não creditado	https://www.youtube.com/watch?v=4oOsj48XcyE	2016
Alchemist – Narcissus (videoletra)	CG Mídias/Pedro Lobo	https://www.youtube.com/watch?v=ehCZ4LJddcc	2016
Alchemist – Beyond Darkness (videoletra)	CG Midias/Pedro Lobo	https://www.youtube.com/watch?v=9Ga_Km9fbA	2016

Vídeos musicais produzidos em 2017

Vídeo	Realização	Link	Ano
Desdemona ETC Homens ao mar	Ben Hur e Freela Conteúdo/Antonia Rangel Prod. Antonia Rangel	https://www.youtube.com/watch?v=1jZ9iJCI5Lg	2017
Catch a Fire Ponteiro	Jonas Pires	Link indisponível	2017
Manlio Macchiavello Bak Bak	Manlio Macchiavello	https://player.vimeo.com/video/224881288	2017
Ornitorrincos do Sertão Turu Árvore	Base SLZ (Laila RAzzo e Arthur Costa)	https://www.youtube.com/watch?v=U4Aj9j9PZCI	2017
Soulvenir Wild Angel	Sunday James e Marcelo Cunha/Soulvenir	https://www.youtube.com/watch?v=HVkXPg6yJz8	2017
Cypher Dumang #1 – F.Spotti, Gugs, Beto Ehongue, Mano Grito, Emilio SagazRock	Emilio SagazRock/Cazi Moraes/Daguerre Filmes	https://www.youtube.com/watch?v=MxUN0PieCQQ	2017
Emilio Sagazrock – O esconderijo do	Sagazrock/Daguerre filmes	https://www.youtube.com/	2017

Sol ft. Maciel		watch?v=hGgU3t0fhsA	
Royal Dogs – Tatoo You	Não creditado	https://www.youtube.com/watch?v=kuHz0YbRNdM	2017
Israel Costa – Sossego	Patrícia Adélia e Rick Ramos	https://www.youtube.com/watch?v=GHTfu2pUaEQ	2017
Israel Costa – No Peito (Acústico)	Patrícia Adélia e Rick Ramos	https://www.youtube.com/watch?v=z1Yvmu9NsCI	2017
Israel Costa – Última Pessoa (Monotonia)	Rick Ramos	https://www.youtube.com/watch?v=BzZ1-tnxPVQ	2017
Israel Costa – Imagem (Monotonia)	Rick Ramos	https://www.youtube.com/watch?v=XXp6YxtJVw0	2017
Israel Costa – Deus Compositor (Live Session)	Rick Ramos	https://www.youtube.com/watch?v=8Jp9T3AKIRQ	2017
Bruno Batista – Caixa Preta ¹⁴⁶	Arturo Saboia	https://www.youtube.com/watch?v=gmpm3qabi14	2017
Templo3 – Promessa (Vídeoleta)	Janderson Fróes	https://www.youtube.com/watch?v=wCbs7D6FJb8	2017
Tiago Máci & Giovanna Chaves – Samba da Ruiva (Acústico)	Cantaria Filmes	https://www.youtube.com/watch?v=aW50zWM99Es	2017

¹⁴⁶ Com patrocínio TVN e Governo MA

Emilio - Sou Feito Waly/Além dos Olhos de Vidro feat. Sfanio (Videoletra)	Não creditado	https://www.youtube.com/watch?v=IUFvkvKcMMs	2017
Voiceless – Night Thrill	Rogério Pereira/Acústica Studio/Paulo Apingorah/ Kristiano Simas	https://www.youtube.com/watch?v=QCYYoKjNX7A	2017
Voiceless – Burning Soul	Rogério Pereira/Acústica Studio/ Jr Street	https://www.youtube.com/watch?v=FLMlz5fdA3w	2017
Voiceless – Chandelier (Sai Cover)	Não creditado	https://www.youtube.com/watch?v=3WHs6JhLQh0	2017
Diamante Gold – Um som pela Manhã (Live Session)	Daguerre Filmes	https://www.youtube.com/watch?v=sNtvvkxjMD4	2017
Blackroom sessions - Hermes Castro – Bonfim	Sunday James/Marcelo Cunha/BlackRoom	https://www.youtube.com/watch?v=gOtcLiX_PV0	2017
Blackroom Sessions – Eduardo Medeiros (Nothing But Circumstances part I)	Sunday James/Marcelo Cunha/BlackRoom	https://www.youtube.com/watch?v=IRobjxVwPS4	2017
Blackroom Sessions – Tanatron (Slowly Dying)	Sunday James/Marcelo Cunha/BlackRoom	https://www.youtube.com/watch?v=oAYMO8L-UaA	2017

Blackroom Sessions – Giu Paiva (Charlie Puth - Attentio Cover)	Sundays James & Giu Paiva/BlackRoom	https://www.youtube.com/watch?v=5CJqv0bqUGE	2017
Blackroom Sessions – Cena Roots ¹⁴⁷	Sunday James/Blackroom	https://www.youtube.com/watch?v=j7rN5A1ExzE	2017
Lucas Maciel – Grandes Animais do Mar	Andar de Cima Sessions	https://www.youtube.com/watch?v=HZuYFSzly4s	2017
Gabi e James – Ah Coração (Andar de Cima Sessions)	Andar de Cima Sessions	https://www.youtube.com/watch?v=6meZlIXpCuQ	2017
Regiane e Sfanio (Andar de Cima Sessions)	Andar de Cima	https://www.youtube.com/watch?v=PL8JcUar73Y	2017
Ari Sousa – A Senda (Acústico)	Memel Nogueira/Andar de Cima Sessions	https://www.youtube.com/watch?v=mSqAu1krF_4	2017
Ari Sousa – Tu e a luz (Andar de Cima Sessions/LiveSession)	Memel Nogueira/Andar de Cima	https://www.youtube.com/watch?v=ji2qavxZd1E	2017
Ari Sousa – Enfrente	Saoaçu Produções	https://www.youtube.com/watch?v=NE2CFzEyFqM	2017
Alkalines – Self Portrait (Base Sessions/Livesession)	Studio FBK/Base SLZ	https://www.youtube.com/watch?v=hrceCk_FDCA	2017

¹⁴⁷ Músicas: Seres Humanos | Quando o Mundo Inteiro Desabar | Erga Sua Cabeça

on)			
Geovana Reis – Zero Monotonia	Rick Ramos	https://www.youtube.com/watch?v=W2VItLKV_W0	2017
Israel Costa – Última Pessoa Monotonia	Rick Ramos	https://www.youtube.com/watch?v=bQnxMFMtg8E	2017
Paulo Pellegrini – Disfarces Monotonia	Rick Ramos	https://www.youtube.com/watch?v=yWEtKn18UPQ	2017
Jonas Magno – Questão de Tempo Monotonia	Rick Ramos	https://www.youtube.com/watch?v=lb-iyTTdds	2017
Sfanio – Covardia Monotonia ¹⁴⁸	Rick Ramos	https://www.youtube.com/watch?v=5aQHv4jWNT8	2017
Regiane Araújo – Memórias Monotonia	Rick Ramos	https://www.youtube.com/watch?v=vZdZz2r6FJk	2017
Sfanio – Dentro de mim Monotonia	Rick Ramos	https://www.youtube.com/watch?v=EX5odDQF-VU	2017
Israel Costa – Imagem Monotonia	Rick Ramos	https://www.youtube.com/watch?v=-Laf-wVD9Ao	2017
Emanuel Jesus – Louvação à São Luís	TV Assembleia/Neuberth Venon	https://www.youtube.com/watch?v=GVqieKuyXWw	2017

¹⁴⁸ Vídeo de maior destaque da série

Emanuel Jesus – Semente do Amanhã	Interart Produção Criativa/Neuberth Venon	https://www.youtube.com/watch?v=bOF5uqDAhzo	2017
Avalanche – The Mallats (Andar de cima sessions)	Memel Nogueira	https://www.youtube.com/watch?v=hfibTsHcLVE	2017
Avalanche – Kids (Andar de Cima Sesssions)	Memel Nogueira	https://www.youtube.com/watch?v=RN1f273FMIs	2017
Vinaa – Saga de um eterno seguidor	Sobre O Tatame	https://www.youtube.com/watch?v=ybsbqGyXrXA	2017
Vinaa – Moço Bonito	Sobre O Tatame	https://www.youtube.com/watch?v=fC-EDYcW8Ak	2017
Vinaa – Vilania	Sobre O Tatame	https://www.youtube.com/watch?v=h3-Ks57jbEq	2017
Vinaa – Malevollo (videoletra)	Edizio Mota/Jonas Sakamoto/Renato Costa	https://www.youtube.com/watch?v=V3uB8TJeEN8	2017
Vinaa – Moço Bonito (videoletra)	Não creditado	https://www.youtube.com/watch?v=yeNH3x8HTso	2017
Valéria Sótão – Vontades	Emilio Sagaz e Valéria Sotão	https://www.youtube.com/watch?v=HnIVJzRkRBw	2017
B.o.y. – Butantan & Only Fuego	Lucas Sá/Gleno Rodrigues	https://www.youtube.com/watch?v=TFUsttR9QV4	2017
IlhaClan - Criminoso (Feat.	Ciro Monteiro/Somaprod	https://www.youtube.com/	2017

Joier, Noturno, Aiyo Krazy)		watch?v=kx3d-u_NldU	
Instinto Cruel – Atividade	IlhaClan	https://www.youtube.com/watch?v=1SBMwW-GNt4	2017
DMT Rap – Lucidez	Joier/Ilhaclan	https://www.youtube.com/watch?v=4SudrRGKLIs	2017
Catch a Fire – Parece que foi ontem	Jasf Os Agentes e Daniela Lopes/Gugs	https://www.youtube.com/watch?v=FYxsUlix-2s	2017
Back Side e Catch a Fire - Um Gole, Um Trago e Um Foda - Se Prod. SS (VideoClipe)	Daniela Lopes/Gugs	https://www.youtube.com/watch?v=rj0XTdVPXeY	2017
Cena Roots – Quando o mundo inteiro desabar	Cena Roots e Somaprod/Ciro Monteiro	https://www.youtube.com/watch?v=ay4_EgbeumQ	2017
BZ13 – Ela vem (videoletra)	Milhouse	https://www.youtube.com/watch?v=KnxFwLhhMaY	2017
TK037 – Quando ela passa	Andrey Monteiro Vison	https://www.youtube.com/watch?v=zhLcCXtFuq8	2017
Alchemist – Despair (Ao Vivo no Manifesto Rock)	Geovanne França/Pedro Lobo/Eani Paulo	https://www.youtube.com/watch?v=i04HnlfG-Lg	2017

Boys bad News – Who I am	Sunday James/Mika Mendes ¹⁴⁹	https://www.youtube.com/watch?v=II_OQp5H18s	2017
SavageZ – Deformed	Felipe Morgoth	https://www.youtube.com/watch?v=QpYuEtvJGmE	2017
/Kretentor Attack - Tenha um fim	Base Slz	https://www.youtube.com/watch?v=hAXETbVyBiA	2017
Kretentor Attack - Atitude Errada	Pedro Lobo	https://www.youtube.com/watch?v=IGK4k4372RI	2017
Pátria Amarga Brasil – Preto Nando, Zé Lopes e Albert Abrantes	Waniel Jorge	https://www.youtube.com/watch?v=HdKFuaNZUME	2017
Beto Ehongue – Maria de Jesus	Carabina Filmes/Inácio Araújo	https://www.youtube.com/watch?v=2a6RZ9d4Mk0	2017
Killery – Fuck You All	Rafael Gerude/Bruno Gerude	https://www.youtube.com/watch?v=QCnle48_nDM	2017
Killery – Prophet of Chaos (videoletra)	Não creditado	https://www.youtube.com/watch?v=5NIB1D8U9k0	2017
Nekromancy – Blinded	Base SLZ	https://www.youtube.com/watch?v=x5jcXbWPJO0	2017
Grande Ursa – In the blink of na eye	Franci Assunção	https://www.youtube.com/watch?v=uZxsvpr8O9Y	2017

¹⁴⁹ Fich completa no link

Vídeos musicais produzidos em 2018

Vídeo	Realização	Link	Ano
Bruno Batista e Livia Matos – Quedê	2 Vilão	https://www.youtube.com/watch?v=iz3QAHQpDRc	2018
Raiz Tribal – Feat. Jjahgun (Cool Runnings Riddim) Ei, Johnny!	Emerson Sousa E Elden Canedo; Prod. Mago Filmes	https://www.youtube.com/watch?v=Mkjq-Tmc_Pa	2018
Enme Paixão – Feat. Butantan) Sarrar	Jhonny Amorim Prod. Thais Serra De Lima, Carol Araújo	https://www.youtube.com/watch?v=Vutspelqr5g	2018
Rita Benneditto 7marias	Gabriel Calderon, Rafael Saar E Thais Gallart Prod. Elza Ribeiro	https://www.youtube.com/watch?v=JxWUO921gns	2018
Lena Machado Batalhão De Rosas	Francisco Colombo, Gilberto Goiabeira E Aléssio Seabra Prod. Rivânio Almeida Santos	https://www.youtube.com/watch?v=UfBJvBP8rh4	2018
Levada Do Teco Balanço Do Mar	Fernando Braga	https://www.youtube.com/watch?v=7wElbcRDfyU	2018

	Prod. Meteorita Audiovisual		
Valdo Viana Brasilha	Marcos Altino E Dandara Kran Prod. pontesholandaproducoes @gmail.com	https://www.youtube.com/watch?v=SPhyqECwd78	2018
Soulvenir The Truth About Love	Sunday James Prod. Blackroom Estudios	https://www.youtube.com/watch?v=X54S9OujFIs	2018
Paulão Special Power	Dani Lopes E Ingrid Barros Prod. Ingrid Rayssa Araújo Barros	https://www.youtube.com/watch?v=RaphUWIMcWE	2018
Ari Sousa Santi	Paulo Malheiros/Rick Ramos	https://www.youtube.com/watch?v=CGtUsL3niS4	2018
Butantan & Only Fuego Boy	Lucas Sá/Sâmia Oliveira	https://www.youtube.com/watch?v=NLTvKVtf4DE	2018

Bruno Batista Caixa Preta	Arturo Saboia/Luna Gandra	https://www.youtube.com/watch?v=gmpm3qabi14	2018
Criolina A Menina do Salão	Arthur Rosa França/ Prod. Carol Marques	https://www.youtube.com/watch?v=Ajd5AlhqfLE	2018
Frimes Fadinha	Lucas Sá Prod. Sâmia Oliveira	https://www.youtube.com/watch?v=wJM5MO76gQk	2018
Gugs Cercado e Protegido	Kayuá	https://www.youtube.com/watch?v=9E9fo-1GZbw	2018
Jan França Horny	Jan França Prod. Valéria Vale e Henrique Ribeiro	https://www.youtube.com/watch?v=g6BwLXLN9SI	2018
Gugs Entre a Luz e a Sombra me Debato	Dahora Filmes e Xila	https://www.youtube.com/watch?v=1reBDJLUhyc	2018
Manlio Macchiavello Morphing in the	Manlio Macchiavello	https://vimeo.com/282132385	2018

Rain			
7 Marias Rita Benneditto	Gabriel Calderon, Rafael Saar e Thais Gallart Prod. Elza Ribeiro	https://www.youtube.com/watch?v=JxWUO921gns	2018
Soulvenir My Ocean	Bruno Araújo Prod. Soulvenir	https://www.youtube.com/watch?v=yr01nU2ihWM	2018
Tiago Máci Xote Dessa Moça	Rick Ramos Prod. Dani Lopes	https://www.youtube.com/watch?v=7XTaodPK82M	2018
Vinaa Moço Bonito	Domingos Thiago Prod. Vinaa	https://www.youtube.com/watch?v=GlaKJarjS8	2018
Israel Costa – Praia Azul	Israel Costa, Isaque Júnior e Mika Mendes	https://www.youtube.com/watch?v=vT4aZboOMMk	2018
Bruno Batista e Rita Benneditto – Para um amor em Paris ¹⁵⁰	Alessandra Fratus	https://www.youtube.com/watch?v=op6kzxQgoSM	2018
Brutallian – Cast In Iron	Fabio Matta ¹⁵¹	https://www.youtube.com/watch?v=xK2RD-Ng5vM	2018

¹⁵⁰ Com patrocínio TVN e Governo MA

¹⁵¹ Baixista da banda

Brutallian – Matracada (Instrumental track) ¹⁵²	Sem crédito	https://www.youtube.com/watch?v=zSq6FveVcE0	2018
Templo3 – Proteção	Ryan Souza e Werlleson Souza	https://www.youtube.com/watch?v=3PLSqnXonXg	2018
Neeman – Não Há Igual (Videoletra)	Saulo Lima	https://www.youtube.com/watch?v=mg0S2InNnwU	2018
Jack Devil – Metal Madness	Não creditado	https://www.youtube.com/watch?v=Z9O_PHwYYO0	2018
Criolina – A menina do salão	Arthur Rosa França/Caroline Marques/Paulo Brito/ Laila Razzo/ Fluido Filmes	https://www.youtube.com/watch?v=Ajd5AlhqfLE	2018
Criolina & Convidados - Bloco bota pra moer	Arthur Rosa França/Laila Razzo	https://www.youtube.com/watch?v=n0bVEYiZWSA	2018
Phill Veras – Me Leva (videoletra)	Dreamland.digital	https://www.youtube.com/watch?v=dXbB7nGdREk	2018
Phill Veras – Pedra por Pedra	Dreamland/Nayron Rodriguez	https://www.youtube.com/watch?v=0WLkteoPjsA	2018
Phill Veras – Das palavras à pele	Dreamland/Nayron	https://www.youtube.com/w	2018

¹⁵² Soa como vídeo promocional

	Rodriguez e Júlio Limiro	atch?v=XZN20nO_qfQ	
Fúria Louca – Vegas & Hell (videoletra)	Pedro Lobo	https://www.youtube.com/watch?v=bzKlaoktXyo	2018
Fúria Louca – Gentleman Ghost (videoletra)	Pedro Lobo	https://www.youtube.com/watch?v=H1aPLt_nHqQ	2018
Emilio – Um lindo temporal	Não creditado	https://www.youtube.com/watch?v=-vpiLDbGhR0	2018
Hacervo – Efeito Borboleta (Videoletra)	OnlyFucked Studios	https://www.youtube.com/watch?v=n2xR5xoPPKc	2018
Diamante Gold – La Blanca	Emilio Sagaz/Daguerre Filmes	https://www.youtube.com/watch?v=17bYspwx3Dg	2018
Diamante Gold – Carta a um amigo (acústico)	Cazi Moraes/Daguerre Filmes	https://www.youtube.com/watch?v=bAiTUKZyoa4	2018
Yhago Sebaz – Em cima de mim	Ícaro Rodrigues e Gleno Rodrigues	https://www.youtube.com/watch?v=9PqnN4kdzGk	2018
Frimes - Fadinha ¹⁵³	Lucas Sá/Samia Oliveira/Frimes	https://www.youtube.com/watch?v=wJM5MO76qQk	2018
Frimes – Fadinha Remix (Night Version) ¹⁵⁴	Lucas Sá/Samia Oliveira/Frimes	https://www.youtube.com/watch?v=zqtjdnQfuQw	2018

¹⁵³ Ficha técnica completa no link do vídeo

¹⁵⁴ Ficha técnica completa no link

Casaloca – Papo Reto	F. Spotti/ Freela Conteúdo/Dani Figueiras/Cazi Moraes	https://www.youtube.com/watch?v=1zUI8Jh-FNk	2018
Soulvenir – Ao Vivo ¹⁵⁵	Laila Razzo/Sunday James	9 vídeos disponíveis em https://www.youtube.com/user/soulvenirofficial/	2018
Soulvenir – The truth about love	Não Creditado	https://www.youtube.com/watch?v=X54S9OuJFls	2018
Soulvenir – My Ocean ¹⁵⁶	Bruno Arj	https://www.youtube.com/watch?v=yr01nU2ihWM	2018
Blackroom Sessions – Molho Negro ¹⁵⁷	Sunday James/Blackroom	https://www.youtube.com/watch?v=dmQLXyv5tsQ	2018
Blackroom Sessions – Lucas Lô ¹⁵⁸	Sunday James/Blackroom	https://www.youtube.com/watch?v=MZ95_HC2cok	2018
Blackroom Sessions – Lucas Maciel ¹⁵⁹	Sunday James/Blackroom	https://www.youtube.com/watch?v=ijlFfpUvjKM	2018
Blackroom Sessions – O	Sunday	https://www.youtube.com/watch?v=ijlFfpUvjKM	2018

¹⁵⁵ Licenciado pela Sony Music Entertainment. Ficha técnica completa nos vídeos

¹⁵⁶ Filmado durante turnê na Europa

¹⁵⁷ Banda de Belém do Pará. Músicas: S.U.V | Souza Cruz | Fight For Your Right (The Beastie Boys cover version)

¹⁵⁸ Lucas Lô é músico e compositor, nascido em Ipueiras - Ceará. Vive atualmente no Cohatrac, em São Luís, Maranhão. Músicas: Hino de Ipueiras | Barco de Papel | Seja Só Comigo

¹⁵⁹ Músicas: Luz Abominável / Corto Maltese / A Onça

viajante do tempo ¹⁶⁰	James/Blackroom	atch?v=v3j822PXcr0	
Blackroom Sessions – Mika (Gravitacional / Water & Wine) – Versões	Sunday James/Blackroom	https://www.youtube.com/watch?v=rJAK_IHTvFA	2018
Magma – Memel Nogueira e Danilo Palavra	Giovanni Chaves/Andar de Cima Sessions	https://www.youtube.com/watch?v=AujaP0ccTHM	2018
Phill Veras – Meu Cinema (Andar de Cima Sessions)	Andar de Cima Sessions	https://www.youtube.com/watch?v=Scr8M7_s3Cl	2018
Memel Nogueira e Tammys Loyola – Clara	Giovanne Chaves	https://www.youtube.com/watch?v=IGgJ2ZdsIX4	2018
Memel Nogueira – Mares de Chuva	Giovanne Chaves	https://www.youtube.com/watch?v=ZODNxIPQ7w0	2018
Danilo Palavra – Esquina (Acustico)	Fábio Barros/Navalha	https://www.youtube.com/watch?v=ro7t4WfGqZ4	2018
Nathalia Ferro – Revolução das Bruxas ¹⁶¹	Nathalia Ferro e Alma Negrot	https://www.youtube.com/watch?v=fXSi-4QgraY	2018
Fumaça de Flores – Na beira do mar	Lucian Rosa/Memel Nogueira/Chavenas	https://www.youtube.com/watch?v=AKmg6RC0m7I	2018

¹⁶⁰ Ramirez Costa da banda Página57 interpreta a música L.N.D em versão acústica

¹⁶¹ Ficha técnica completa disponível no link.

Gabi Carvalho – Órbita (Acústico) ¹⁶²	Gustavo Rock/Gleno Rodrigues/Lucas Sá	https://www.youtube.com/watch?v=w_i48-G4EXQ	2018
Regiane – Inverno (Andar de Cima Sessions)	Andar de Cima	https://www.youtube.com/watch?v=epQC6EN_HkU	2018
Ari Sousa – Santi	Paulo Malheiros/Rick Ramos/Patrícia Adelia/Larissa Micenas/Rickson Melo	https://www.youtube.com/watch?v=CGtUsL3niS4	2018
Alkalines – Rooftop Memoir (Andar de Cima Sessions)	Memel Nogueira/Andar de Cima	https://www.youtube.com/watch?v=-_FC1NtyWHw	2018
Alkalines “Fortune-Teller” live	Fabrika	https://www.youtube.com/watch?v=dkE-sdevVX0	2018
Alkalines “Move” live	Fabrika	https://www.youtube.com/watch?v=mIA20tPjleY	2018
O Vortice – Zefiro Bambo ao vivo	Dina e Hurak	https://www.youtube.com/watch?v=_TYQWIDde1Y	2018
Mário Fernando – Na Estrada (part. Flávia Bittencourt)	Giovanni Chaves/Dandara Kran	https://www.youtube.com/watch?v=DiFmZv-1h4w	2018
Mário Fernando – Um amor pra	Dandara Kran/Sâmella	https://www.youtube.com/watch?v=...	2018

¹⁶² Ficha completa no link

recordar (Videoletra)	Costa	atch?v=GqEE4luNHEY	
Ornitorrincos do Sertão Turu – Mestre (Padê Onã) (Live in Studio Grano)	Rick Ramos/Magna Protásio	https://www.youtube.com/watch?v=UU4jet5cSXM	2018
Ornitorrincos do Sertão Turu – Mistério	SobreOTatame.com/Jonas Sakamoto/Gustavo Sampaio ¹⁶³	https://www.youtube.com/watch?v=djlLWG2ew4E	2018
Ornitorrincos do Sertão Turu – Cigana	SobreOTatame.com/Jonas Sakamoto/Gustavo Sampaio ¹⁶⁴	https://www.youtube.com/watch?v=uycPM7BsqY	2018
Ari Sousa – 5 do 2	SobreOTatame.com/Jonas Sakamoto/Gustavo Sampaio ¹⁶⁵	https://www.youtube.com/watch?v=yno2GC-GSE8	2018
Ari Sousa – Santi	SobreOTatame.com/Jonas Sakamoto/Gustavo Sampaio ¹⁶⁶	https://www.youtube.com/watch?v=79PVFYykj7Q	2018
Ari Sousa – Pirata	SobreOTatame.com/Jonas Sakamoto/Gustavo Sampaio ¹⁶⁷	https://www.youtube.com/watch?v=GriOwcdr7Ag	2018
Israel Costa – Baleia	SobreOTatame.com/Jonas Sakamoto/Gustavo	https://www.youtube.com/watch?v=	2018

¹⁶³ Ficha completa no link

¹⁶⁴ Ficha completa no link

¹⁶⁵ Ficha completa no link

¹⁶⁶ Ficha completa no link

¹⁶⁷ Ficha completa no link

	Sampaio ¹⁶⁸	atch?v=kxxl46Gv8sE	
Israel Costa – Sutileza	SobreOTatame.com/Jonas Sakamoto/Gustavo Sampaio ¹⁶⁹	https://www.youtube.com/watch?v=T9EwCJI5xps	2018
Ventríloco – Maduro	SobreOTatame.com/Jonas Sakamoto/Gustavo Sampaio ¹⁷⁰	https://www.youtube.com/watch?v=0N0DVFx-CH8	2018
Ventríloco – Quando fala o coração	SobreOTatame.com/Jonas Sakamoto/Gustavo Sampaio ¹⁷¹	https://www.youtube.com/watch?v=hFkUlv_zYd0	2018
Sfanio – Fruto do amor	SobreOTatame.com/Jonas Sakamoto/Gustavo Sampaio ¹⁷²	https://www.youtube.com/watch?v=ta9ksTZqMc8	2018
Sfanio – Kumbaya	SobreOTatame.com/Jonas Sakamoto/Gustavo Sampaio ¹⁷³	https://www.youtube.com/watch?v=WqzzmB-UoWs	2018
Sfanio – Coverdia	SobreOTatame.com/Jonas Sakamoto/Gustavo Sampaio ¹⁷⁴	https://www.youtube.com/watch?v=SG0hAZch1Ok	2018
Sobre o Tatame Sessions –	SobreOTatame.com/Jonas Sakamoto/Gustavo	https://www.youtube.com/watch?v=	2018

¹⁶⁸ Ficha completa no link

¹⁶⁹ Ficha completa no link

¹⁷⁰ Ficha completa no link

¹⁷¹ Ficha completa no link

¹⁷² Ficha completa no link

¹⁷³ Ficha completa no link

¹⁷⁴ Ficha completa no link

Camila Reis – Pregoeiro/Cê veja, Doutor/Nó no pé	Sampaio ¹⁷⁵	atch?v=UiwTYUImGgg	
SobreOTatame Sessions (Ep. 9) - Gugs - Depois das 3 / Entre a luz e sombra / Cercado e protegido	SobreOTatame.com/Jonas Sakamoto/Gustavo Sampaio ¹⁷⁶	https://www.youtube.com/watch?v=aCRTsD_Z288	2018
SobreOTatame Sessions (Ep. 10) – Regiane - Margens / Memórias / Tirem as Cercas	SobreOTatame.com/Jonas Sakamoto/Gustavo Sampaio ¹⁷⁷	https://www.youtube.com/watch?v=2s5sGtJAVqY	2018
SobreOTatame Sessions (Ep. 11) – Núbia - O Mito / Conto de Pindorama / Acaso Sertanejo	SobreOTatame.com/Jonas Sakamoto/Gustavo Sampaio ¹⁷⁸	https://www.youtube.com/watch?v=7Tx28_Z1na4	2018
Vinaa – Dias de Aurora	Raillen Martins ¹⁷⁹	https://www.youtube.com/watch?v=4nP8AwC_l6o	2018
Vinaa – Três Lençóis (Ao vivo)	Raillen Martins	https://www.youtube.com/watch?v=Ss7SkYAJR9k	2018
Enme - SARRAR[Brunos	Alunos da Escola de	https://www.youtube.com/w	2018

¹⁷⁵ Ficha completa no link

¹⁷⁶ Ficha completa no link

¹⁷⁷ Ficha completa no link

¹⁷⁸ Ficha completa no link

¹⁷⁹ Ficha completa no link

o Mix] feat Butantan (Videoclipe Oficial)	Cinema do Maranhão – IEMA ¹⁸⁰	atch?v=VUtsPELQR5g	
Enme Paixão feat. Butantan – Sarrar	Jéssica Lauane/Rafael Paz/Enme Paixão	https://www.youtube.com/watch?v=apkXJU1f1bY	2018
Wan Lo – Safada (Boys)	Saulo Cavaignac/Maria Bonfim/ Jojo Lobato	https://www.youtube.com/watch?v=WHZ6ugNY59E	2018
Desdemona ETC – Segue Fumaça	Peco Oliveira ¹⁸¹	https://www.youtube.com/watch?v=-sZUQF3Jv5o	2018
Fluxo Sonar – Até o fim	Matraca Filmes/Rafaela Gonçalves	https://www.youtube.com/watch?v=9SkVFSisHp4	2018
Joier – Nada bem feat Ines	Ciro Monteiro/Somaproduct	https://www.youtube.com/watch?v=NAfgyr5lju8	2018
IlhaClan - É o bixo (Clipe) Feat. Joier, Noturno, Kaminski, Lil Sam e Pantera	Ciro Monteiro/Somaproduct	https://www.youtube.com/watch?v=yIXewFH6BHY	2018
Gugs – Depois das 3	Huho gugs/Xila/Xila Films ¹⁸²	https://www.youtube.com/watch?v=1Lv2qRpafm0	2018
Gu7o – Hey Gata (videoletra)	Alan Macário	https://www.youtube.com/watch?v=1K2O7F0fz4w	2018

¹⁸⁰ Ficha técnica completa no link

¹⁸¹ Ficha completa no link

¹⁸² Ficha completa no link

Gu7o – 333 (videoletra)	Helio Lopes	https://www.youtube.com/watch?v=5v_qpJ2vUWc	2018
BZ13 – Foda-se o presidente	AHC fotografia/Milhouse	https://www.youtube.com/watch?v=ul1rQxCIYiM	2018
TK037 – Drink (prod.Caio)	Gabriel Vaz/Hilário Neto	https://www.youtube.com/watch?v=UVfn-kdczac	2018
Lena Machado – Batalhão de Rosas	Aléssio Seabra/Francisco Colombo/Gilberto Goiabeira ¹⁸³	https://www.youtube.com/watch?v=UfBJvBP8rh4	2018
Alchemist - The Wisher (Live session acústica)	Pedro Lobo/Geovanne França/João Vitor Lobo	https://www.youtube.com/watch?v=4E2sngEVbCI	2018
Black Jack Romeo – Marching to death	Dayvisson Trindade	https://www.youtube.com/watch?v=2qGjsXcRN-E	2018
Ventríloco – Quando fala o coração	Ventríloco/Caracol produções	https://www.youtube.com/watch?v=KM9ZzUE2KUQ	2018
Raiz Tribal – Hey Johnny (feat Jahgun)	Mago Filmes	https://www.youtube.com/watch?v=mKjQ-TMC_pA	2018
My mind – Hugh Mundell (Victor Freire – Cena Roots Cover) SOMA Sessions	SOMA Sessions/Ciro Monteiro	https://www.youtube.com/watch?v=rli48F2khZw	2018

¹⁸³ Ficha completa no vídeo

Redemption Song - Bob Marley (Victor Freire - CenaRoots Cover) SOMA Sessions	SOMA Sessions/Ciro Monteiro	https://www.youtube.com/watch?v=-vXK9qt1654	2018
Ogum - 3030 (Kaminski Cover) Soma Sessions #3	SOMA Sessions/Ciro Monteiro	https://www.youtube.com/watch?v=ORN3dG9hrNE	2018
SOMA RAP #1 Noturno - Um Delírio Qualquer	SOMA Sessions/Ciro Monteiro	https://www.youtube.com/watch?v=qnrh2B4IjP0	2018
Ayüinity - Itál Acústico SOMA Sessions	SOMA Sessions/Ciro Monteiro	https://www.youtube.com/watch?v=YcbwfBLz Js	2018
Waiting in Vain - Bob Marley (Victor Freire - CenaRoots Cover) SOMA Sessions	SOMA Sessions/Ciro Monteiro	https://www.youtube.com/watch?v=ve-uUy_B0GE	2018
SOMA RAP #2 Olliver KL ft. Mc Perneta - Tempos Difíceis	SOMA Sessions/Ciro Monteiro	https://www.youtube.com/watch?v=0HONz9yYeOM	2018
HUMUS - Wake Me Up - SOMA Sessions	SOMA Sessions/Ciro Monteiro	https://www.youtube.com/watch?v=mGckYp95eyl	2018
Boys bad News ao vivo no festival BR 135	Raillen Martins e Enom Silva	4 vídeos disponíveis em https://www.youtube.com/us	2018

		er/bbnStage/videos	
Grande Ursa – Burnt Out	Base SLZ	https://www.youtube.com/watch?v=VgtoT0ssvU4	2018

Vídeos musicais produzidos em 2019¹⁸⁴

¹⁸⁴ Verificados até o dia 27 de junho de 2019

Vídeo	Realização	Link	Ano
Bruno Batista, Fabiana Cozza e Celso Viáfora Duvido ¹⁸⁵	Alessadra Fratus	https://www.youtube.com/watch?v=thYywfB5mTc	2019
Brena Maria Existe Muita Coisa Que Não Te Disseram Na Escola	Jasf Andrade (Josival Andrade) Prod. Explana Mermã	https://www.youtube.com/watch?v=W22lvb9ewx0	2019
Antonio Vieira Cachaça Apanhou	Joaquim Haickel, Coi Belluzzu E Beto Matuck Prod. Guarnicê Produções	Link indisponível	2019
John Defeo Você Não Está Sozinho	John Defeo – You Are Not Alone/ Hyago Kayann Prod. Hyago Kayann	https://www.youtube.com/watch?v=eXIEotlEnT4	2019
Beto Ehongue Da Uma Bola	Francisco Colombo E Aléssio Seabra Prod. Não Fornecida	https://www.youtube.com/watch?v=zmHLtJ0TpUY	2019

¹⁸⁵ Gravado em São Paulo com patrocínio da TVN e apoio da Lei de Incentivo à cultura do Governo do Maranhão

Ateliê Contemporâneo Cia De Dança Frida	Jr Street Prod. 9d Studio	Link Indisponível	2019
Rommel Ribeiro Constança	Leandro Guterres Ribeiro Prod. Kurakanga Produções	https://www.youtube.com/watch?v=QbH7sEifkso	2019
Aliens Rap Aliens Rap – P.R.A.I.A	Prod. Caio – Jpir.S Prod. Navemaerom	https://www.youtube.com/watch?v=MGdXk0VAiEY	2019
Beto Ehongue Contradição	Manlio Macchiavello Prod. Manlio Macchiavello	https://vimeo.com/323250327	2019
Cafones Tudo Deu Em Nada	Joao Luciano Prod. Inovador Talvez Filmes	Link Indisponível	2019
Casarão Verde Brisa Boa	Jasf Andrade (Josival Andrade)	https://www.youtube.com/watch?v=INzdStEIDYE	2019

	Prod. Explana Mermã		
Israel Costa – Poeta	Bruno ARJ	https://www.youtube.com/watch?v=bmuTSUw5bB0	2019
Israel Costa part. Edimar Neto – Eu vi você partir	Bruno ARJ e Israel Costa	https://www.youtube.com/watch?v=6U29xKajWWA	2019
Israel Costa – Consciência (Acoustic Sessions)	Fábio Barros e Memel Nogueira	https://www.youtube.com/watch?v=AeNoT6EDUIc	2019
Israel Costa – Crise (Acoustic Sessions)	Fábio Barros e Memel Nogueira	https://www.youtube.com/watch?v=pYUz-7ya0wc	2019
Bruno Batista e Criolina - Fire Babylon ¹⁸⁶	Arturo Saboia	https://www.youtube.com/watch?v=4wwWsGrdyV4/	2019
Gallo Azhuu – Fogo no Centro	Emílio Andrade/Beto Lima/Daguerre Conteúdos	https://www.youtube.com/watch?v=GO1hoo3qq3A	2019
Brutallian – Reason for Violence	Sem crédito	https://www.youtube.com/watch?v=MOvFK6Ub2g4	2019
Phill Veras – Deixa ser bom	Dreamland/ Nayron Rodriguez	https://www.youtube.com/watch?v=fXCsan4Qjss	2019
Phill Veras - Moon River	Marianna Tondolo	https://www.youtube.com/	2019

^{186 186} Gravado com patrocínio da TVN e apoio da Lei de Incentivo à cultura do Governo do Maranhão

(Henry Mancini)		watch?v=jyLUaZzUqxw	
Yhago Sebaz – Vou embora ¹⁸⁷	Beni Kitt	https://www.youtube.com/watch?v=XxKqDdt4a_E	2019
Yhago Sebaz – Você bagunçou comigo	Jessica Lauane/Juliana Mendes/Clockworck Filmes ¹⁸⁸	https://www.youtube.com/watch?v=dDg_G492WHo	2019
Soulvenir – Saturday Nite Lover	Soulvenir/Sunday James	https://www.youtube.com/watch?v=SF1qejXfy9g	2019
Soulvenir – Saturday Nite Lover [Pocket Version/ Live Session]	Isaque Junior/Sunday James/Deglan Ramon	https://www.youtube.com/watch?v=xk80BuiyBI	2019
Blackroom Sessions – Ventríloco (Maduro)	Sunday James/blackroom	https://www.youtube.com/watch?v=AjfsJnM_nfc	2019
Bimbo – Don't Lose Yourself	Sunday James/Blackroom	https://www.youtube.com/watch?v=ytoJRTQqz5Y	2019
Blackroom sessions – V-Road ¹⁸⁹	Sunday James/Blackroom	https://www.youtube.com/watch?v=lcfnSxo9-QY	2019
Gerson da Conceição & Sandoval Filho -	Blackroom	https://www.youtube.com/watch?v=q4Ch-ZBOnC8	2019

¹⁸⁷ Realizado no Rio de Janeiro

¹⁸⁸ Ficha técnica completa disponível no link do vídeo

¹⁸⁹ Banda de Teresina – PI. Música Not had a good day

Love is the most			
Tiago Máci – Tá Vendo Baby (acústico)	Fábio Barros/Navalha	https://www.youtube.com/watch?v=IsColrF-t0I	2019
Forró do Mel	Navalha/Andar de Cima	4 vídeos ao vivo e um compilado em: https://www.youtube.com/channel/UCQAHxPJ_6Zgm8KQOV8fz4LA ¹⁹⁰	2019
Gabi Carvalho – Guarde sua indiferença (live session) ¹⁹¹	Gustavo Rock/Mariana Sales/Memel Nogueira	https://www.youtube.com/watch?v=nhDEj-Ggyg4	2019
Milena Reis - Sacrificio ¹⁹²	Memel Nogueira	https://www.youtube.com/watch?v=t0mZX7f9Dyo	2019
Ari Sousa – Bixinho (Cover)	De onde nasce o som	https://www.youtube.com/watch?v=LUYRvOepGrU	2019
Ari Sousa – Na sua estante (Cover)	De onde nasce o som	https://www.youtube.com/watch?v=z5Odnwnpe9Q	2019
Alkalines – VVV	Alkalines	https://www.youtube.com/watch?v=nb7msgaiDso	2019
A roda da vida (For Bia) – Rui Mario e Daniel	Memel Nogueira/ Andar de Cima	https://www.youtube.com/watch?v=ofOpLf38hts	2019

¹⁹⁰ Descrição informa que os vídeos tem objetivo de inscrição para o Sesc Cariri no Ceará

¹⁹¹ Ficha completa no link

¹⁹² Música cristã

Cavalcante			
ENTRE AMIGOS (For Rui Mário)- Rui Mário e Daniel Cavalcante	Memel Nogueira/Andar de Cima	https://www.youtube.com/watch?v=WVVA58EhVQA	2019
Emanuel Jesus – Deixa Acontecer	Arturo Saboia	https://www.youtube.com/watch?v=zFIsF6wSBlk	2019
Emanuel Jesus – Pratoçar	Fábio Barros/Memel Nogueira	https://www.youtube.com/watch?v=ICMieU3ZvaM	2019
Gaybriel ft Musttache – Prazer Carnaval	Gaybriel/Yuri Fontana/Jojo Lobato	https://www.youtube.com/watch?v=7zRCSO1Ylls	2019
Wan Lo – Uma mamada	Gaybriel ¹⁹³	https://www.youtube.com/watch?v=eSSCSs56YwU	2019
Dominica – Mais que Danada	Mabu/Guajajara Filmes/Masterplan Filmes ¹⁹⁴	https://www.youtube.com/watch?v=nq7a5Uz6Hvw	2019
Putabend – Com os Anjos	Laila Razzo/Sheury Manu ¹⁹⁵	https://www.youtube.com/watch?v=ypS17qM0dNg	2019
Putabend – Bumba Índia (vídeoletra)	Não creditado	https://www.youtube.com/watch?v=JvTqOlgyMJw	2019

¹⁹³ Ficha completa no link

¹⁹⁴ Ficha completa no link. Integra profissionais do curso de Cinema do Instituto de Educação, Ciência e Tecnologia do Maranhão (Iema).

¹⁹⁵ Ficha completa no link

Cofó de Parafernália	Diones Caldas/Larissa Ferreira ¹⁹⁶	https://www.youtube.com/watch?v=KZe1ZvFbkl4	2019
Cena Roots – Quero sentir você	Igor Ruan/Vini Freire/Victor Freire	https://www.youtube.com/watch?v=5kZqpJnvV3Y	2019
Olliver KL "Poetas como Ferreira Gullar" (Clípe oficial)	Joier/IlhaClan	https://www.youtube.com/watch?v=3VIQMDqOxMw	2019
ILHA CLAN "Juras de Amor" Nattan, Joier, Olliver KL	Joier/IlhaClan ¹⁹⁷	https://www.youtube.com/watch?v=roR2_8B072Q	2019
Gugs – Não posso errar Quantos se foram	Panoptico Films ¹⁹⁸	https://www.youtube.com/watch?v=ra9S3qwhmxQ	2019
Gu7o – Sente Falta feat Cath B	Daniel 9D/Jr.Street/9D Studios/Gu7o/JPIR.S ¹⁹⁹	https://www.youtube.com/watch?v=-Wfn8gEyHwU	2019
Vangloria Arcannus – The Prayer	Vangloria Arcannus	https://www.youtube.com/watch?v=lh26vJ2-WZ4	2019
Joier – Vida que segue	Ilhaclan/Jonas Cardoso/Alpha Records	https://www.youtube.com/watch?v=zhLcCXtFuq8	2019
SavageZ – Escape from	Felipe Morgoth ²⁰⁰	https://www.youtube.com/	2019

¹⁹⁶ Ficha completa no link

¹⁹⁷ Ficha completa no vídeo

¹⁹⁸ Produtora do Rio de Janeiro

¹⁹⁹ Ficha completa no link

²⁰⁰ Guitarrista da banda

reality		watch?v=bYsvL8s39i0	
Regue for all – Beto Ehongue	Aléssio Seabra/Francisco Colombo/BetoEhongue/ MAVAM ²⁰¹	https://www.youtube.com/ watch?v=3aQUYqIGc2w	2019
Garota - Froid (Kaminski Cover) Soma Sessions	SOMA Sessions/Ciro Monteiro	https://www.youtube.com/ watch?v=LdL_ofOZehU	2019
Natural Mystic - Bob Marley (Victor Freire-CenaRoots) Soma Sessions	SOMA Sessions/Ciro Monteiro	https://www.youtube.com/ watch?v=-Ev6V-diDsk	2019
Terral - Ednardo (Lucas Ló Cover) Soma Sessions	SOMA Sessions/Ciro Monteiro	https://www.youtube.com/ watch?v=jTJfhcrfzUU	2019
Me Desculpa Jay Z - Baco Exu do Blues (jR-Dilla Cover) Soma Sessions	SOMA Sessions/Ciro Monteiro	https://www.youtube.com/ watch?v=oKeiUHPLr3A	2019
Pra Você - Raiz Tribal no Soma Sessions	SOMA Sessions/Ciro Monteiro	https://www.youtube.com/ watch?v=M_xtyFZwhwk	2019
SOMA RAP #3 Kaminski – Inexplicável	SOMA Sessions/Ciro Monteiro	https://www.youtube.com/ watch?v=WknVJWR0UUc	2019
EMBRASA - Vitão ft. Luccas	SOMA Sessions/Ciro	https://www.youtube.com/	2019

²⁰¹ Ficha completa no link

Carlos (Kionã Viegas Cover) Soma Sessions	Monteiro	watch?v=S4MpABZ3tGA	
Michelly – Freedom	Dayvisson Trindade	https://www.youtube.com/watch?v=22BGZayjvzA	2019