



Novos Rumos da Música Independente: Produção e Difusão de Canções na Cibercultura, O caso iBode¹

Francisco Célio Vieira da Silva Filho²
Ana Cesaltina Barbosa Marques³
Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, Ce

Resumo

Este trabalho tem como objetivo apresentar e discutir as transformações trazidas pelas novas tecnologias da comunicação e informação e pela cibercultura para a produção musical, mais especificamente para a produção independente. Para tanto, pretende apresentar o iBode, projeto que se propõe a agir nesse mercado independente através das novas ferramentas introduzidas por essas novas tecnologias promovendo, produzindo, difundindo e comercializando o trabalho de artistas de estilos como o forró, o repente e o rap.

Palavras-chave: Cibercultura, produção independente, i-Bode.

O que é o iBode?

Nos últimos anos, tem sido possível observar que, cada vez mais, as novas tecnologias da comunicação e informação, frutos da fusão da informática com as telecomunicações (LEMOS, 2002), têm penetrado nos mais variados âmbitos das atividades humanas, parecendo “caminhar para uma forma de onipresença, misturando-se de maneira radical e quase imperceptível ao nosso ambiente cultural [...]” (LEMOS, 2002, p.19) o que denomina a cibercultura.

¹ Trabalho apresentado no GT – Cibercultura e Tecnologias da Comunicação, do Iniciacom, evento componente do X Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste.

² Estudante de Comunicação Social / Habilitação em Jornalismo da UFC, e-mail: chicocelio@hotmail.com

³ Orientadora do trabalho. Professora Substituta de Comunicação Social da UFC, e-mail: acesaltina@uol.com.br



Com a música não está sendo diferente. Com a Internet, principal representante dessas novas tecnologias, com a criação de arquivos que conseguem compactar músicas com qualidade semelhante à de um CD (*Compact Disc*) e com a popularização de aparelhos capazes de executar esses arquivos (celulares, MP3 *players*, etc), esse tipo de apropriação da música – através de arquivos compartilhados através da Web⁴ – só vem crescendo.

Com isso, abriu-se a possibilidade de um outro tipo de negocio na Web: a comercialização de arquivos musicais. Vários sites de compartilhamento são famosos na Rede⁵. Como exemplo podemos citar muitos deles. Sites como o MusicFreedom⁶, o iMúsica⁷, iTunes⁸ e muitos outros comercializam música pela Internet. A ABPD (Associação Brasileira dos Produtores de Disco) realizou uma pesquisa em 2006 confirmando o enorme potencial para a venda de “*web music*”⁹ e sua evolução em relação à música nos suportes convencionais:

“Em termos mundiais, as vendas totais de música gravada caíram quase 3% em 2005 [...]. A receita das gravadoras em conceito de vendas digitais quase triplicou no mundo em termos de valores: de 380 milhões de dólares em 2004 para 1,1 bilhão de dólares em 2005. A quantidade total de faixas digitais singles baixadas on-line ou para telefones celulares aumentou para 454 milhões de unidades, comparadas a 160 milhões em 2004”. (ABPD, 2006, p.05).

Nesse novo contexto é que surgiu o iBode¹⁰, um selo, fruto de uma parceira binacional – Brasil e Itália – com objetivo de, segundo o site do próprio projeto, “[...] produção, promoção, difusão e comercialização on-line de música digital produzida por artistas populares de pequenas cidades e comunidades de baixa renda do nordeste do Brasil e da Itália”.

⁴ Abreviação para o termo World Wide Web, canal mais popular da internet e que permite a navegação por páginas de informação (sites), também pode-se dizer WWW. O acesso é feito através de navegadores, “*browsers*”, como o *Netscape* e o *Windows Explorer*.

⁵ Refere-se à Rede Mundial de Computadores (Internet).

⁶ MusicFreedom<www.musicfreedom.com>

⁷ iMúsica<www.imusica.com.br>

⁸ iTunes<www.apple.com/itunes/store/music>

⁹ Termo utilizado por Gisela G. S. Castro que define “[...] aquela música distribuída através da rede mundial de computadores” (Castro, 2004, p.05). Ela prefere o termo “*web music*” à música virtual.

¹⁰ iBode <www.ibode.com.br>



Não é só ao comércio, porém, que o iBode se propõe. Além de um selo musical independente voltado para a comercialização legal de canções através Web, o iBode visa também promover e capacitar artistas e produtores de estilos e regiões “marginalizados” pelo mercado de música convencional.

Quantas músicas de forró e repente¹¹ estão a venda na Internet? Quantos rap’s¹² podem ser comprados através da Rede? Basta uma simples pesquisa na web para perceber que não é fácil encontrar esses estilos a disposição. Até em sites especializados na comercialização de música digital, é difícil produtos que atendam aos amantes desses estilos.

É justamente o diferencial buscado pelo iBode: dar voz a esses setores excluídos. Através de todo um processo¹³, o projeto visa a produção, por meio de oficinas práticas de capacitação para pessoas das próprias comunidades que viabilizem a produção (mixagem, gravação, etc.); a promoção, através de festivais e parcerias que objetivam a articulação do escoamento dos produtos; a difusão, por meio de uma distribuição das “*web music*” em sites especializados no comércio desses tipos de arquivos; e por fim a comercialização, já que o próprio site do projeto também pretende vender não só as canções, como também produtos relacionados aos artistas (camisetas, cordéis, grafites, etc) e ainda articular a venda de shows dos artistas vinculados ao selo.

¹¹ Gêneros musicais oriundo do Nordeste brasileiro

¹² Do inglês *Rhythm and Poetry*, é um gênero originário da Jamaica, hoje, característico dos guetos e das periferias das cidades.

¹³ Ver o Fluxograma do projeto nos anexos.



Cante o seu canto

Uma das mudanças mais marcantes da produção musical na cibercultura foi o crescimento acelerado da produção independente¹⁴, que aconteceu partir de meados dos anos 90. Esse crescimento deve-se principalmente à popularização das tecnologias digitais de gravação que gerou um barateamento dos meios utilizados para a produção musical, que não precisa mais de um suporte físico (CD, LP ou a fita cassete) para se materializar.

Como já foi dito anteriormente e trataremos mais detalhadamente agora, com a possibilidade de compressão de dados de áudio para outros formatos e o aumento da velocidade de conexões de Internet, criou-se a possibilidade cada vez mais consistente de transferência desses arquivos de áudio em pequenos formatos. O mais utilizado desses formatos é o MPEG-1 *Layer 3*, mais conhecido como MP3, que permite a compressão, com qualidade, de sons a até 1/11 do tamanho original ou de outras formas de compactação.

Houve então o que pode ser chamado de uma “desmaterialização” da música, ou seja, superou-se a necessidade do suporte físico para a materialização da música incorrendo-se na sua virtualização. Ela, a música, não deixa de ser real por ser virtual, pelo contrario, como já foi dito, simplesmente a uma eliminação do suporte físico e ela passa a poder ser atualizada por aparelhos que traduzem esses arquivos para uma linguagem de áudio. Temos, segundo Gisela G. S. Castro, “o som transformado em um puro fluxo de dados” (CASTRO, 2005, p.33).

Todo esse processo de virtualização e barateamento da produção musical vão possibilitar, segundo o pesquisador Pierre Lévy, uma maior aproximação do músico com a sua produção, como se pode na afirmação abaixo:

“A partir de agora os músicos podem controlar o conjunto de cadeia de produção da música e eventualmente colocar na rede os produtos de sua criatividade sem passar pelos intermediários que haviam sido introduzidos pelos sistemas de notação e de gravação (editores, intérpretes, grandes estúdios, lojas). Em certo sentido, retornamos dessa forma à simplicidade e à apropriação pessoal da produção musical que eram próprias da tradição oral”. (LÉVY, 1999, p.141)

¹⁴ O termo “independente” refere-se à produção que não é ligada as “Majors”, grupo formado pelas quatro grandes gravadoras: EMI, Warner, Universal e Sony/BMG. Também chamada *indie*.



Essa aproximação com a produção vai possibilitar, por sua vez, uma maior aproximação com o público, já que o artista deixa de ter, segundo o pesquisador Messias Guimarães Bandeira, um papel secundário que vinham tendo no modelo tradicional de produção:

“Eliminando a mediação – muitas vezes traduzida como “interferência” – das gravadoras, a difusão de músicas através da Internet subverte uma relação unilateral mantida pela indústria fonográfica, relação esta cada vez mais desgastada e questionada, já que os artistas vinham ocupando uma posição secundária na condução de suas carreiras.” (BANDEIRA, 2001a, p.07)

Com essa possibilidade de escoamento da produção musical por meio da Internet feita pelo próprio artista e com a eliminação dessa mediação, vários artistas passaram a criar suas próprias demandas e passaram a manter um relacionamento direto com o seu público.

Sem falar também que o ciberespaço, também materializado na Internet, surge como uma ferramenta inegável de marketing que vai dar suporte aos selos independentes do ponto de vista publicitário, já que não têm grandes espaços na mídia convencional, como afirma Roy Shuker:

“[...] a internet oferece uma nova dimensão ao marketing e à recepção da música popular, como lojas de discos virtuais, sites de gravadoras e artistas, jornais apresentações e entrevistas em tempo real, emissoras de rádio e boletins informativos. Tudo isso representa uma nova maneira de integrar público e consumidores da música popular, artistas e indústria fonográfica.” (SHUKER apud MONTEIRO, 2007, p.03)

Há ainda um outro fato que não pode ser desconsiderado na análise da produção musical na cibercultura: a multiplicidade de vozes. Com todo esse processo de popularização das tecnologias e tudo o que trouxe junto consigo, pode-se dizer que houve uma relativa democratização da produção musical. Agora “qualquer um”, através



de um *home-studio*¹⁵ pode produzir gravar e mixar uma canção e disponibilizá-la na Internet. Segundo Fernando Iazzetta:

“[...] ao transcender as barreiras espaço-temporais inerentes à manipulação do suporte físico do meio analógico, o meio digital reduz radicalmente o custo da produção e reprodução tornando esse processo, que antes era privilégio de grandes corporações, acessível a qualquer indivíduo” (IAZZETTA apud MONTEIRO, 2007, p.56)

Todos esses conceitos aqui citados estão diretamente relacionados com o objeto de estudo deste trabalho, já que o iBode pode ser resumido em três palavras-chave que permeiam esses conceitos, que são: produção independente, multiplicidade de vozes e comercialização de canções através da Internet.

¹⁵ Termo usado para denominar estúdios caseiros ou amadores.



Considerações nada finais

Os argumentos apresentados neste trabalho e os pontos discutidos por ele não pretendem, nem de longe, finalizar a discussão que envolve os rumos da produção musical em tempos de cibercultura. Pelo contrario, tendo em vista emergência dos fatos e a atualidade da discussão, reconhece que esta está longe do fim e os fenômenos ainda não estão tão bem delineados. É impossível fazer previsões, mas é possível, a partir da observação dos fatos, refletir sobre os efeitos e os impactos causados pelas novas tecnologias da comunicação e da informação no mercado fonográfico atual. E refletir também sobre as portas que se abrem para uma maior democratização dessas novas tecnologias.

Os novos modos de produção e de difusão impostos por esse novo quadro que se apresenta, questiona o modelo antigo onde o domínio do processo de produção e escoamento era mediado por uma indústria de poucos.

Essa nova ordem propõe uma reestruturação do mercado a partir de uma reconfiguração dos papéis de seus atores originais: a indústria, o artista e o público. Propondo uma maior participação deste último, um maior controle do processo de produção pelo artista e uma relativização do papel da indústria como mediadora entre o artista e seu público.

A relação entre a música e a tecnologia passa a ser cada vez mais estreita, como afirma Berry quando diz:

“Tecnologia e música têm estado lado a lado desde a invenção do gramofone; a Internet – uma ferramenta de comunicação como o telefone, uma fonte mediática como um jornal, um eixo de informação e entretenimento como a televisão – determina o próximo passo nesta associação. Enquanto uma ferramenta central para um mundo que está se transformando cada vez mais em digital, a Internet surge como um espaço fundamental para transformar os negócios, a educação e as necessidades de lazer, um lugar onde a tecnologia colabora com interesses particulares.” (BERRY apud BANDEIRA, 2001, p.05)

Não é objetivo deste trabalho, porém, especular sobre a morte ou não dos antigos suportes ou o declínio da indústria fonográfica tradicional. Até por que como já foi dito, segundo as pesquisas feitas para a confecção deste artigo, o que parece haver é um consenso de que não haverá “mortes”, como muitas vezes vemos estampado em



manchetes na imprensa, mas sim uma reconfiguração das forças envolvidas. Para isso aponta, por exemplo, Messias Bandeira quando afirma:

“Logo, a troca de músicas pela Internet, ainda que venha redimensionar as atribuições e os modelos de organização e produção da música popular, não pode ser responsabilizada pela redução das vendas de discos apontada pelas gravadoras. Este quadro também não configura uma “crise financeira” do mercado fonográfico; antes, o que está em processo de ruptura é a mediação tradicional, uma vez que as gravadoras vêm criando sistemas próprios para venda de músicas pela internet”.
(Bandeira, 2005, p.15)

Por fim, também é objetivo deste trabalho chamar atenção para esse novo mercado que se abre através do ciberespaço: a comercialização de musica digital. Alertando como ele pode ser utilizado para democratizar cada vez mais essas novas tecnologias, como é o caso do objeto – iBode – que busca incluir nessas novas possibilidades, artistas que muito provavelmente estariam excluídos não fossem essas novas portas que se abrem.



Referências Bibliográficas

Livros:

LEMOS, André. **Cibercultura: tecnologia e vida social na cultura contemporânea**. Porto Alegre: Sulina, 2002.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Ed. 34, 1999.

Monografias:

MONTEIRO, Fabio Roberto Mota. **Produção, difusão e consumo de músicas na cibercultura: um olhar sobre a TramaVirtual**. Fortaleza, 2007

Artigos científicos:

BANDEIRA, Messias Guimarães. **Música e Cibercultura: do fonógrafo ao MP3 - Digitalização e difusão de áudio através da Internet e a repercussão na indústria fonográfica**. In: X Reunião da Compôs, Brasília, maio de 2001. Disponível em: <http://www.comunica.unisinod.br/tics/textos/2001/2001_mgb.pdf>. Acesso em: 17/11/07.

_____ **A Economia da Música Online: propriedade e compartilhamento da informação na sociedade contemporânea**. In: Anais do V Encontro Latino de Economia Política da Informação, Comunicação e Cultura, Salvador, 2005. Disponível em: <<http://www.gepicc.ufba.br/enlepicc/pdf/MessiasBandeira.pdf>>. Acesso em: 17/11/07

CASTRO, Gisela G. S. **Para pensar o consumo da música digital**. Revista Famecos, Porto Alegre, n° 28, p.30-35, dezembro de 2005. Disponível em: <<http://www.pucrs.br/famecos/pos/revfamecos/28/giselacastro.pdf>>. Acesso em: 17/11/07.



Anexo A – Página principal do site do iBode

ACESSE: [BLOG](#) | [ORKUT](#) | [MYSPACE](#)

iBode
DIVERSONORIDADE

IBODE | ARTISTAS | AGENDA | IBODE FEST | IBODE LOJA | IMPRENSA | GALERIA | REDE IBODE | CONTATO

iBodeLoja
GRAFITE CORDEL
CAMISAS
E MUITO MAIS
CONHEÇA
NOSSOS PRODUTOS

MUSICFREEDOM.com
ADQUIRA AS MÚSICAS AQUI

Feira de Música
iBode neles mano!
O iBode é uma iniciativa do EUBRA - Conselho Euro-Brasileiro de Desenvolvimento Sustentado, Prodisc, Usina de Arte e Musibrasil, com apoio de ONGs e órgãos governamentais italianos e brasileiros.
[saiba mais](#)

NOTÍCIAS

✓ **EUBRA e Prefeitura de Fortaleza participam de missão na Itália**
A convite da Prefeitura de Bolonha, Governo Municipal e EUBRA se reúnem com entidades italianas para discutir e firmar acordos em ações de desenvolvimento sustentável.

[mais noticias](#)



Anexo B - Perfil do iBode no site MusicFreedom

The screenshot shows the profile of the iBode label on the MusicFreedom website. The page is dark-themed with a blue and black color scheme. At the top, there is a navigation bar with links for Home, MF Radio, Search, Forums, Hype!, Feedback, and FAQ. A search bar is located below the navigation bar, with filters for Sounds Like, Mood, and Genre. The main content area is divided into several sections:

- iBODE label profile:** Features a profile picture of a goat and the text "From local to global!!!!". Below this, it shows the label's location (Fortaleza, Ceara, BR) and musical styles (Indie, Freestyle).
- Caracara:** A featured artist profile with a play button and a list of songs: "Mais que beleza" (0.99), "Encanta a cantoria" (0.99), "Na enchente da maré" (0.99), and "Rumo à felicidade" (0.99). The album "Na viagem" is also featured with a "Buy Album" button for \$3.96.
- Hub:** A list of related artists and bands, including Comunidade da Rima, Conjunção, Costa a Costa, Fúria consciente, Nego Ka'apor, NeguEdmundo, Rapadura, and Simples Rap'ortagem.
- Stats:** Shows 310 visitors, 1,320 total plays, and 0 fans.
- Contact:** Includes options to send a message, add to friends, and post a comment.

At the bottom of the page, there is a promotional banner for AT&T, offering free songs from iTunes with the purchase of a Sony Ericsson W300 or Nokia 6196.



Anexo C - Blog do iBode.

Push-Button Publishing

Foto



[Ver tamanho ampliado](#)

Estadísticas do usuário

Membro do Blogger desde	Novembro 2007
Visualizações do perfil	19

DIVERSONORIDADE

- Atividade: [Artes](#)
- Local: [Brasil](#)

Quem sou eu

iBode é um programa de ações voltado para a produção, promoção, difusão e comercialização on-line de música digital produzida por artistas populares de pequenas cidades e comunidades de baixa renda. É o primeiro selo nacional independente criado para promover o forró, o repente e o hip-hop através da formação de estúdios e núcleos de capacitação, produção e promoção de música digital-localizados em comunidades periféricas e pequenas cidades e interligados e conectados a uma central de promoção e comercialização on-line de âmbito mundial. O iBode quer levar a periferia para os centros musicais do mundo e contribuir para a transformação do quadro da miséria e de violência brasileiro - especialmente da região Nordeste. Constitui uma parceria entre grupos independentes italianos e brasileiros que se uniram para promover e comercializar o forró, o repente e o hip hop brasileiro e italiano no mundo inteiro.

Blogs

NOME DO BLOG	MEMBROS DA EQUIPE
 DIVERSONORIDADE	

[Início](#) | [Sobre](#) | [Buzz](#) | [Ajuda](#) | [Idioma](#) | [Desenvolvedores](#) | [Acessórios](#)
[Termos de Serviço](#) | [Privacidade](#) | [Política de conteúdo](#) | © 1999 - 2008 Google



Anexo D - Fluxograma do projeto.

