

Independente Musical Club Band – Podcast Musical¹

Daniel D'ASSIS RIBEIRO²

Renato VILLAÇA³

Centro Universitário de Belo Horizonte, Belo Horizonte, MG

RESUMO

Independente Musical Club Band é um podcast dedicado à música independente com ênfase em artistas e bandas do UNI-BH. O programa conta com blocos fixos e aborda todos os elos e procedimentos envolvidos na cadeia produtiva musical dos chamados músicos “autoprodutores”, além dos aspectos relacionados à produção de áudio no universo publicitário contemporâneo. O podcast é disponibilizado mensalmente no blog do curso de Publicidade e Propaganda do UNI-BH.

PALAVRAS-CHAVE: PodCast, Internet, Rádio, Música Independente, UNI-BH

1- INTRODUÇÃO

A disciplina Produção Publicitária em Rádio, oferecida no quinto período do curso de Publicidade e Propaganda do UNI-BH apresenta as características e fornece subsídios para a prática dos fundamentos de criação e produção em áudio voltados à publicidade. Além das peças publicitárias convencionais que habitam o rico universo radiofônico, a disciplina também aborda meios e formatos sonoros alternativos com o objetivo de permitir ao aluno a capacidade de adaptação de suas práticas à evolução do mercado de produção em áudio em geral.

Um dos meios que mais tem se destacado nas últimas décadas, e ainda parece demonstrar enorme potencial de desenvolvimento, para além dos veículos tradicionais de massa (rádio, tv, jornais, revistas etc) é a internet e toda a multiplicidade de territórios e formatos que abriga. O fenômeno denominado “convergência de mídias”, ou seja, a capacidade desse meio em se apropriar de elementos derivados dos meios anteriores a ele, mas modificando-os e permitindo a construção de novas linguagens e

¹ Trabalho submetido ao XVIII Prêmio Expocom 2011, na Categoria Publicidade e Propaganda, modalidade Publicidade digital/virtual (avulso).

² Aluno líder do grupo e estudante do 7º. Semestre do Curso Publicidade e Propaganda, email: danieldassis@hotmail.com.

³ Orientador do trabalho. Professor do Curso Publicidade e Propaganda, email: renatovill@yahoo.com.br.

discursos têm chamado a atenção de estudiosos, pesquisadores e profissionais no campo da Comunicação.

A partir dessa percepção e do potencial que os novos formatos digitais parecem apresentar para o campo da Comunicação, surgiu a proposta vinculada à disciplina referida acima em parceria com o Laboratório de Criação Publicitária para o desenvolvimento de um PodCast – programa sonoro disponibilizado através da internet – dedicado ao chamado setor “independente” musical e que privilegia artistas e bandas de alunos, professores e funcionários da instituição, permitindo assim a circulação de informações e a criação de uma rede de conexões entre eles e os demais integrantes da comunidade acadêmica, além de uma exposição possível ao público em geral via web.

O programa aborda, além do conteúdo musical desses artistas e bandas, dicas de leitura e do mercado independente, entrevistas com figuras de destaque nesse meio e um bloco editorial que levanta e discute temas polêmicos relacionados a ele. Sua periodicidade é mensal e o acesso poderá ser feito através do blog do curso, dentro do site da instituição de ensino.

2- OBJETIVOS

- Permitir a prática experimental de todos os elos do processo de criação e produção de um programa no formato podcast, a partir de pesquisa de referências e da proposição de características e traços singulares desse formato em relação aos programas de rádio convencionais (embora também inspirado neles).
- Promover o contato entre os músicos, cantores, compositores e bandas de alunos, funcionários e professores do UNI-BH.
- Permitir o contato desse público com a comunidade acadêmica em geral e, indiretamente com públicos ligados a ele e que se interessem por conteúdos musicais alternativos aos meios tradicionais de divulgação musicais (principalmente rádio e TV).
- Testar o potencial do PodCast como produto gerado e oferecido pela instituição acadêmica, associando sua imagem às temáticas abordadas no programa, configurando-se como um formato publicitário alternativo à propaganda convencional

3- JUSTIFICATIVA

A música independente foi a forma encontrada de chamar a atenção de todo o Centro Universitário para os seus alunos e envolvê-los em um ambiente digital, a fim de que todos possam se relacionar, e estabelecer contatos que poderão ajudá-los em seu futuro profissional.

Muitas pessoas que frequentam o ensino superior passam despercebidas, por não terem a opção de apresentar o seus trabalhos e talentos musicais. O podcast vem com uma opção para que os trabalhos dos alunos e funcionários sejam mostrados de uma forma diferente, chamando, inclusive, a atenção dos estudantes para as novas mídias, uma vez que muitos ainda não tiveram e/ou nunca baixaram um programas sonoros via internet.

O UNI-BH conta, em sua comunidade acadêmica, com diversos alunos, funcionários e professores que compõem, cantam, tocam instrumentos e, profissionalmente ou não, se apresentam em bares, casas de shows, além de alguns deles já terem seus próprios fonogramas gravados. Não havia, porém, um “ponto de encontro” entre essas pessoas e entre elas e toda a comunidade acadêmica. O universo “independente” vem crescendo vertiginosamente em todo mundo e aos poucos vai se equiparando (ou talvez já ultrapassando) ao poder das grandes gravadoras, constituindo cada vez mais, verdadeiramente, uma indústria alternativa. A internet é certamente o meio de circulação de informações e arquivos musicais que mais se identifica com ele.

O formato PodCast tem despertado cada vez mais a atenção e o interesse como instrumento de democratização do acesso a conteúdos até então excluídos ou marginalizados pelos meios de comunicação de massa tradicionais. Além disso, demonstra um imenso potencial como mídia publicitária alternativa, agregado a sites, blogs e comunidades virtuais relacionados a temas específicos (que atraem naturalmente públicos segmentados). Assim, é importante que os estudantes de Comunicação Social conheçam esse potencial e desenvolvam projetos que estimulem a experimentação da linguagem sonora, herdada do rádio e da indústria fonográfica tradicional, mas que se constrói e renova a cada dia, como é da natureza de todos os espaços virtuais na web.

Percebendo a demanda do público interno de produtores e consumidores musicais do Centro Universitário e a oportunidade de promover a prática experimental de um formato tão promissor de programação de áudio via web, consideramos o projeto pertinente e adequado à formação e experimentação no campo da Comunicação Social.

4- MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

O aluno passa por todo o processo que envolve a produção de um programa sonoro, desde a definição e discussão de pautas, preparação das entrevistas, escritura do roteiro até a produção do programa (gravação, edição, mixagem e masterização final) sob a orientação e participação do professor Renato Villaça. Além disso ele é o apresentador oficial do programa. Assim, o acadêmico é capaz de perceber as conexões entre todas essas etapas da realização de um produto sonoro na prática, sempre a partir de uma perspectiva teórico-metodológica conectada com a grade curricular da instituição e as diretrizes do MEC.

5- DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

O INDEPENDENTE MUSICAL CLUB BAND é um podcast desenvolvido pela equipe do Laboratório de Criação Publicitária e se dedica à produção em áudio e música independente dentro e fora do UNI-BH.

Durante toda a produção, várias pessoas são convidadas para participarem e auxiliarem nas diversas fases do projeto, que vai desde a idéia que o programa irá abordar até a finalização do arquivo que vai ser disponibilizado. É uma oportunidade para que os alunos interessados nas profissões relacionadas ao Rádio, possam colocar em prática os seus conhecimentos e desenvolver habilidades, além de ampliar seus horizontes em relação ao avanço das mídias e formatos sonoros derivados dele.

O Programa possui diversos quadros, aberto a participação daqueles que queiram opinar e contribuir com temas relacionados à Música Independente.

No bloco Prata da Casa, sempre o projeto musical de um aluno, ex-aluno, funcionário ou professor do UNI-BH. É o espaço que a comunidade universitária tem pra mostrar

para todo mundo o som que faz e conhecer os projetos das outras pessoas que andam pelos corredores da instituição, muitas vezes no anonimato.

Além disso, dicas do mercado musical independente, sugestões de livros e referências na web, entrevistas com figuras de destaque nesse meio e o bloco editorial, que levanta polêmicas sobre questões importantes no universo musical atual.

O programa é disponibilizado mensalmente e pode ser ouvido on-line ou baixado em arquivo direto para o seu HD.

Todo mês, no BLOG DE PUBLICIDADE do UNI-BH, é disponibilizado um arquivo referente ao programa. É um encontro marcado com toda a equipe de produção e apresentação e seus convidados.

Os programas têm em média 40 minutos e são disponibilizados em plataformas de web próprias para podcast, com link no blog do curso de Publicidade e Propaganda do UNI-BH. Atualmente discute-se sua veiculação também na RÁDIO ELO FM, emissora comunitária que atua em Belo Horizonte, numa parceria entre a rádio e o UNI-BH.

6- CONSIDERAÇÕES

A seguir dois pequenos ensaios que discorrem sucintamente sobre os eixos que norteiam o trabalho, a partir de leituras e discussões sobre o tema e o formato adotado para o programa: o panorama musical-fonográfico independente contemporâneo e suas particularidades e o formato PodCast como formato de programação sonora na web e seu potencial como mídia publicitária.

PANORAMA MUSICAL-FONOGRÁFICO INDEPENDENTE CONTEMPORÂNEO

Com o advento das tecnologias digitais de produção, reprodução e distribuição musicais o mercado musical-fonográfico tem se reconfigurado rápida e radicalmente. O barateamento dos custos de gravação, edição, mixagem e masterização através das plataformas de produção sonora em computador permite que os próprios artistas passem a ter acesso a equipamentos, softwares e todo um aparato de produção de seus trabalhos até então exclusivo dessas grandes empresas e que anteriormente implicavam em altos

custos e investimentos. Surgem assim os chamados artistas “autoprodutores”, que passam a interferir ativamente em todo o processo que envolve suas obras musicais, desde a criação, até sua produção e circulação. Além disso, esses artistas contam com uma série de mecanismos de financiamento através das leis de incentivo à cultura (em âmbitos municipal, estadual e federal), além de editais específicos criados pelos governos para facilitar sua circulação (como o edital de passagens criado pelo governo de Minas Gerais) e de fundações e empresas patrocinadoras (como o projeto Rumos, do Instituto Itaú Cultural). Dessa forma, além da parte criativa e produtiva, cada vez mais os artistas são obrigados a desenvolver o espírito empreendedor, se inscrevendo em editais, formulando projetos e captando recursos para a realização dos produtos provenientes de suas obras.

Essa mesma tecnologia digital que permitiu o fenômeno de “domesticação do estúdio” (os artistas já podem contar com seus sistemas produtivos muitas vezes em suas próprias casas) potencializou também o avanço da pirataria (por não haver, a rigor, diferença entre “original” e “cópia” nesse universo) em diversos suportes (CD, DVD, arquivos MP3), preocupando cada vez mais as majors, que têm seus volumes de venda drasticamente diminuídos a partir da última década do século XX e ainda em declínio constante. Assim, esse artista que se auto produz também tem assumido toda a responsabilidade de fazer seu produto chegar ao público.

Em artigo científico disponível na revista eletrônica da COMPÓS, Eduardo Vicente avalia a situação atual da reconfiguração dos papéis das majors e o crescimento do setor independente no Brasil:

... a indústria fonográfica brasileira vive na década atual um momento de contrastes. De um lado, sofre as conseqüências de uma crise que, envolvendo fatores como o quadro pouco alentador da economia, a pirataria digital e de formatos e talvez o próprio esgotamento de seu modelo, reduziu significativamente a sua importância econômica. De outro, vive um significativo processo de renacionalização e desconcentração da produção, potencialmente capaz de oferecer melhores condições para a expressão da real diversidade musical do país. (VICENTE, 2006, 16).

Assim, o artista autoprodutor é um ator social que desperta bastante interesse no campo da produção cultural contemporânea em nosso país. Ao invés de exercer uma função especializada (compor, arranjar, tocar instrumentos, cantar, operar equipamentos), passa cada vez a dominar ou interferir ativamente em todas as etapas de concepção, feitura e

lançamento de seus produtos fonográficos, desde a elaboração de projetos, captação de recursos, produção de estúdio, edição dos direitos autorais, até a prensagem, distribuição e promoção dos mesmos. Trata-se, portanto de um espírito “generalista”, “não especialista”, que desenvolve habilidades em diversos campos (artístico, técnico, burocrático, comercial, comunicacional), coordenando os rumos de sua obra.

SINGULARIDADES DO FORMATO PODCAST

A internet, através de seus espaços virtuais (sites, blogs, redes sociais) tem democratizado o acesso dos músicos autoprodutores a seus públicos, tornando-se cada vez mais um meio não apenas alternativo aos veículos tradicionais de comunicação de massa (rádio, TV, jornais, revistas), mas uma verdadeira promessa que aponta para a convergência de suas linguagens e em que dilui as fronteiras entre “emissor” e “receptor”.

A seguir, Franco sintetiza o processo de criação de um Podcast, chamando a atenção para a facilidade e baixo custo de produção, expandindo assim o acesso à produção de conteúdos de áudio através da internet.

Criar um podcast é simples como abrir uma conta de email: basta acessar um site de hospedagem gratuita de podcasts como o MyPodcast que em poucos minutos você já terá um espaço para publicar seu podcast. E a técnica de gravação e edição também não exige conhecimentos avançados ou equipamento caro – microfones ou câmera simples são excelentes opções para iniciantes, e softwares livres de gravação e edição de áudio e vídeo, de uso intuitivo, estão disponíveis e contam com uma grande comunidade de adeptos dispostos a ensinar seu uso. (FRANCO: 53, IN: SPYER, 2009)

Podcast é um formato de disponibilização de conteúdos em áudio através de sites de hospedagem abertos ao público. Esse público pode tanto pesquisar, escutar ou “baixar” programas produzidos por outros usuários, quanto também disponibilizar seus próprios programas e conteúdos.

Muitas vezes esse formato é comparado a uma espécie de “programa radiofônico” disponível através de internet, mas vale aqui indicar algumas de suas singularidades em relação aos formatos tradicionais de programação nas emissoras de rádio convencionais:

- 1- As emissoras de rádio tradicionais disparam sua programação em tempo real, obrigando os ouvintes se adaptarem a ela. Um programa determinado de uma emissora vai ao ar em um dia e horário específicos e raramente é repetido depois disso. Se o ouvinte não estiver com o aparelho ligado nesse momento perde irremediavelmente o programa. Podcasts ficam virtualmente disponíveis em sites de hospedagem o tempo todo. Assim, o ouvinte tem a liberdade de escolher a hora que melhor lhe convier para escutar os programas. Além disso os programas anteriores continuam sendo disponibilizados. O ouvinte pode escutar esses programas em tempo real, clicando no player do site ou fazer download da programação, “baixando-a” para seu próprio HD e, que quiser, colecionar os programas, copiá-los e envia-los a outros ouvintes em potencial.
- 2- No rádio, devido à grade de programação e aos intervalos comerciais, cada programa é obrigado a ter uma duração pré-determinada sem margem de variação, já que deve se adaptar a essa grade de cada emissora. O podcast, por não ser transmitido em tempo real, mas ficar virtualmente disponível constantemente, essa duração fixa não é obrigatória, podendo haver margens de variação entre eles.
- 3- Devido ao grande número de usuários e abrangência mundializada da web, percebe-se um potencial imensamente maior da internet em relação ao rádio no que se refere à segmentação de públicos e especialização de conteúdos. É possível encontrar programas e conteúdos musicais extremamente diversificados e direcionados a públicos e questões muito específicas, enquanto que no rádio convencional essa segmentação e especialização são limitados por questões como índices de audiência locais e a conseqüente capacidade de atração de anunciantes naquele raio de transmissão (que no caso do padrão FM normalmente se limita apenas a uma região metropolitana).

Franco sintetiza alguns dos pontos expostos anteriormente em artigo dedicado ao formato podcast:

O podcast fica armazenado no leitor de RSS, podendo ser acessado a qualquer momento, mas também pode ser salvo no próprio computador do usuário. Assim, cai o conceito de grade de programação – o consumidor decide quando e como consumir o áudio ou o vídeo. (FRANCO, 53. IN: SPYER, 2009)

Dessa forma, julgamos pertinente e desafiadora a proposta de produção de um programa no formato PODCAST que se dedique à produção musical independente contemporânea

com ênfase nos artistas e bandas pertencentes à comunidade acadêmica do UNI-BH, no sentido de promover o contato entre essas pessoas e seus públicos em potencial, dentro e fora da instituição.

7- REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS E SITOGRÁFICAS

DIAS, Márcia Tosta. *Os donos da voz: indústria fonográfica brasileira e mundialização da cultura*. São Paulo, Boitempo editorial, 2000.

PERPÉTUO, Irineu F e SILVEIRA, Sérgio Amadeu da (orgs). *O futuro da música depois da morte do CD*. São Paulo, Momento Editorial, 2009.

SPYER, Juliano (org). *Para Entender a Internet – Noções, práticas e desafios da comunicação em rede*. Obra licenciada pela Creative Commons de distribuição eletrônica livre. 2009. Disponível em <http://paraentenderainternet.blogspot.com>

VICENTE, Eduardo. *A vez dos independentes (?): um olhar sobre a produção musical independente do país*. Disponível em www.compos.com.br/e-compos (revista eletrônica da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação) nº 19, 2006.

VILLAÇA, Renato C. *A Passagem do Som – uma análise da produção fonográfica pop no panorama da cultura brasileira contemporânea* (dissertação de mestrado). Belo Horizonte, FAFICH-UFMG, 2001.