



08, 09, 10 e 11 de novembro de 2022
ISSN 2177-3866

“Você sente sua música?”: um estudo sobre o papel das plataformas de streaming musical sobre a construção da identidade de artistas independentes

MARCELO OLIVEIRA JÚNIOR

UNIVERSIDADE FEDERAL DE LAVRAS (UFLA)

ANNE IRENE CUNHA VAZ

UNIVERSIDADE FEDERAL DE LAVRAS (UFLA)

BÁRBARA CAROLINA MEIRA RAMOS

UNIVERSIDADE FEDERAL DE LAVRAS (UFLA)

JOEL YUTAKA SUGANO

UNIVERSIDADE FEDERAL DE LAVRAS (UFLA)

“Você sente sua música?”: um estudo sobre o papel das plataformas de streaming musical sobre a construção da identidade de artistas independentes

INTRODUÇÃO

Cada vez mais, músicos e musicistas estão buscando criar vínculo com seus ouvintes (QI; VEBLEN, 2016). Buscam criar identidades com impacto para que seu ouvinte se identifique com seu trabalho. Por esse motivo, a identidade desses artistas se torna de suma importância, pois reflete na forma que mundo externo lhe enxerga (LARSEN; PATTERSON, 2018). Nesse sentido, questões voltadas a sentimentos, valores e comportamentos são de grande valia para os músicos (ALVESSON; et al., 2008).

O artista, ao criar uma identidade, precisa se preocupar com a sua manutenção (LARSEN; PATTERSON, 2018). Por isso, buscam projetar uma identidade inspirada em artistas que atuem no mesmo estilo musical e assumem uma auto projeção baseada em outros que admiram. Mas, ao longo da carreira, o artista musical acumula experiências que levam ao autoconhecimento e a um senso de identidade que pode se tornar único (RICHINS, 2017). Dessa forma, os ouvintes se identificam e a partir disso começam a acompanhar seu trabalho.

Para criar um relacionamento com seus ouvintes, os músicos e musicistas independentes recorrem a plataformas de streaming musical. Essas plataformas permitem que o artista disponibilize suas músicas, sendo considerado uma forma de facilitar o acesso para seus ouvintes. Nesse contexto, buscam por um processo de comunicação, em que conectam o músico e criam vínculos com seu público. Os artistas buscam por informações e orientações a seguir, seja por terceiros ou por seus recursos próprios (HESMONDHALGH, 2021).

Nesse cenário, os artistas se preocupam com a apresentação da sua identidade dentro de plataformas de streaming, por isso utilizam recursos na produção do visual. Buscam construir uma imagem profissional que diz respeito à caracterização e projeção que o artista busca transmitir por meio das plataformas musicais. Por conseguinte, a plataforma divulga, disponibiliza e distribui suas músicas. Mas, os músicos podem se sentir encorajados ou desestimulados pela plataforma, uma vez que o retorno financeiro é inexistente. A plataforma se torna um facilitador, mas não um incentivador.

A presente pesquisa parte, então, do objetivo de compreender o papel das plataformas de streaming musical na construção da identidade de músicos e musicistas independentes. Sendo o problema de pesquisa voltada para a seguinte questão: Como as plataformas de streaming musical têm contribuído para que músicos e musicistas independentes se auto afirmem? O artigo foi dividido em seis partes: introdução, referencial teórico, revisão de literatura, metodologia, resultados e discussões e considerações finais.

REFERENCIAL TEÓRICO

Questões acerca da identidade

Identidade refere-se aos significados e experiências referente aos esforços contínuos dos indivíduos para responder às seguintes questões: 'Quem sou eu?' e 'Como devo agir?' (ALVESSON; et. al, 2008). A construção de uma identidade envolve todo o desempenho pessoal, a cidadania, filiação, religião e tradição daquele indivíduo (BARBOSA; CAMPBELL, 2006). Envolve também, questões relacionadas a sentimentos, valores e comportamentos particulares (ALVESSON; et al., 2008). Projetar uma identidade está ligada com a preocupação, a criação, a valorização, a transformação e com a manutenção dessa personalidade (LARSEN;

PATTERSON, 2018). Ao dominar essas habilidades o indivíduo desenvolve-se criando uma identidade pessoal que o auxilia a desenvolver relacionamentos satisfatórios com outros (RICHINS, 2017).

A identidade evidencia as formas pelas quais os indivíduos são distinguidos em suas relações. Por esse motivo, compreender sua identidade significa ter a capacidade de saber quem é e também a capacidade de saber identificar o próximo (JENKINS, 2014). Nesse contexto, o papel da identidade possui impacto na forma que o indivíduo se identifica, podendo se tornar a forma que o mundo externo te enxerga (LARSEN; PATTERSON, 2018). Mediante essa realidade, a identidade pode ser classificada em pessoal e social. A identidade pessoal refere-se aos atributos pessoais que são únicos, aqueles que não são compartilhados com outras pessoas e não são vistos como uma marca de pertencimento a um grupo. Por outro lado, a identidade social, refere-se à percepção que o indivíduo possui de si mesmo como membro de um grupo, principalmente em termos de valor e apego emocional (ALVESSON; et. al, 2008).

Os indivíduos buscam por realização, autonomia, liberdade e se esforçam para tornar-se algo. Por isso, buscam construir sua identidade ao consumir bens, explorá-los e exibí-los. Por esse motivo, o consumo se torna tão importante no papel da criação da identidade, pois ao utilizarem bens e serviços para projetar sua identidade, implementam produtos e marcas, atribuindo significados e reproduzem discursos (LARSEN; PATTERSON, 2018). Todas essas ações são realizadas com o intuito de socializar com outros indivíduos (BARBOSA; CAMPBELL, 2006). Por esse motivo acabam se encontrando e se identificando em grupos. Pertencer a algo leva a um senso de identidade, pois gostos similares permitem que compartilhem perspectivas e experiências (SPEARS, 2021).

Os indivíduos buscam se conectar à estrutura da sociedade formando grupos que lhes proporcionem autoconhecimento, significado e propósito (SWANN JR; BOSSON, 2010). Mediante isso, a atual sociedade é dividida de acordo com propósitos e recursos. Dentre esses recursos, considera-se duas categorias, sendo os recursos intangíveis, reconhecido como inteligência, sagacidade, habilidade atlética, e habilidades sociais e recursos tangíveis que incluem roupas, bens e dinheiro. Os indivíduos dependem de recursos que estão prontamente disponíveis e nos quais eles têm mais confiança quando gerenciam eventos diários. Dessa forma, gradualmente adquirirão um determinado papel naquele meio, como por exemplo, o inteligente da ciência, outro se torna o atleta da classe e o outro pode ser conhecido como artístico (RICHINS, 2017).

O acúmulo de experiências leva ao autoconhecimento e também a um senso de identidade (RICHINS, 2017). Por isso, um outro exemplo a ser citado é a identidade no meio profissional. A identidade profissional influencia atitudes, afeto e comportamento dos trabalhadores em ambientes de trabalho, uma vez que, é a imagem de um indivíduo de quem são como profissionais. Os indivíduos buscam por crenças, valores, motivos e experiências para se definir em sua capacidade profissional. Assim sendo, ao associar o indivíduo a uma profissão respeitada pode significar uma importante fonte de bem-estar, estima e orgulho. As ocupações profissionais são bem vistas ao desempenhar papéis importantes diante da sociedade. Os indivíduos que se identificam com uma profissão valorizada são capazes de obter os benefícios positivos acerca do seu trabalho e da sua identidade (CAZA; CREARY, 2016).

Identidade musical

A identidade é considerada algo fluido, evolutivo, adaptativo (MACDONALD et al., 2002) e está relacionada à autenticidade, se tornando uma característica daquilo que se é (SILVA, 2000). O indivíduo ao construir uma identidade busca sentidos e experiências para

definir sua personalidade e ações futuras (ALVESSON et al., 2008). Por isso, o senso de identidade dos seres humanos está sendo cada vez mais reconhecido por serem pessoas únicas e que são consideradas autoconscientes (MACDONALD et al., 2002).

O indivíduo ao buscar por uma identidade, pode utilizar recursos linguísticos, a fonologia ou o sotaque, pois, dessa forma, conseguem projetar sua identidade no mundo sobre seus aspectos da identidade social (DYER, 2006). Nesse mesmo sentido, a música também é considerada uma forma de expressão, pois se torna uma necessidade humana de sincronia e sintonia de auto expressão (MACDONALD et al., 2002). O mesmo autor ressalta que a música está ligada ao bem-estar do ser humano e ao prazer da vida, seja de forma individual, ou em companhia. Mediante isso, entende-se que a identidade musical busca explicar como as visões dos indivíduos podem realmente determinar suas motivações e seu desempenho na música (MCPHERSON; WELCH, 2012).

As identidades dos músicos e musicistas são criadas a partir de seus de suas inspirações e gostos musicais, valores, habilidades e conhecimento. A construção dentro da música é reflexo de toda formação, seja na formação institucional nos ciclos de vida escolar e profissional, ou a formação do contexto familiar, sociocultural, religioso, entre outros (DORING, 2016). Existe uma relação próxima entre os processos psicofísicos e cognitivos na construção da identidade musical ao longo da vida. Geralmente, estão conectadas as experiências socioculturais, as percepções, as recepções estéticas e as práticas musicais que desenvolvem seu potencial musical acerca de questões emocionais, cognitivo e físico do indivíduo (KHITTIL, 2007).

A iniciação, a construção e a consolidação do indivíduo no mundo musical parte do princípio que a música começa na pessoa em si. As composições carregam uma simbologia e representativa na vida e trajetória de cada um, sendo uma construção complexa, pois envolve a formação institucional nos ciclos de vida (DORING, 2016). Doring (2016) ainda ressalta que, alguns músicos buscam vivências e experiências pessoais para construir sua auto identidade. A identidade musical é continuamente formada e reformada e, assim, pode ser considerada mutável ao longo da vida (MACDONALD et al., 2002).

A música está ligada ao cotidiano dos seres humanos, pois estabelece significados e proporciona experiências. A apreciação e a percepção musical buscam ser compreendidas como atividades construídas que envolvem sentimentos e significados (DORING, 2016). Alguns músicos buscam criar uma identidade para o show, geralmente em escala maior da que habitava em sua vida externa e pessoal. O show fornece um conjunto de pontos de modelos de identidade para que o público se identifique (MACDONALD et al., 2002).

REVISÃO DE LITERATURA SOBRE OS *STREAMINGS* MUSICAIS

A distribuição de música e seu consumo são dois fatores que costumam ser colocados na frente das novas tecnologias, como foi observado desde o lançamento do gramofone no início do século XX até os serviços de streaming nos tempos atuais (HESMONDHALGH; MEIER, 2018). A era digital permite que mudanças drásticas e frequentes ocorram em pouco tempo, principalmente em relação ao âmbito cultural. Com o acesso à internet, a democratização de meios de produção cultural possibilitou que mais pessoas pudessem produzir seu próprio conteúdo, o que, em anos anteriores, seria difícil ou virtualmente impossível (HESMONDHALGH, 2021).

Essa democratização somada ao avanço tecnológico como a invenção do computador pessoal no século XXI e a introdução de aparelhos menos robustos para ouvir música, como o iPod da Apple em 2001, o modo de produzir, consumir e distribuir música também passou por grandes mudanças (HESMONDHALGH; MEIER, 2018; HESMONDHALGH, 2021). Junto à nova dinâmica de consumo de música trazida pela era digital, preocupações quanto aos direitos autorais e a monetização aos músicos começaram a surgir.

Os MMS são serviços que oferecem áudio ou audiovisual baseados em estratégia *freemium* ou inscrições pagas, permitindo que haja fluxo de renda da empresa aos artistas (FLEISHER & VONDERAU, 2017). A introdução de serviços de streaming de música (MMS) conseguiu “retomar” o controle quanto a essa questão, visto que são serviços legais de distribuição de música. Contudo, mesmo com essa retomada de direitos autorais e fluxo de renda, desde 2015 há um aumento das discussões em relação à lacuna que a indústria ainda permite que aconteça, visto que muitos artistas, principalmente músicos, escritores e compositores, reclamam do valor que realmente são pagos (HESMONDHALGH, 2021).

Em seu estudo, Hesmondhalgh (2020) traz três pontos que vê como cruciais do ponto de vista de artistas na nova era digital da música: a) MMS é nocivo aos músicos e artistas envolvidos na produção e distribuição do produto, principalmente financeiramente; b) MMS tende a reproduzir o sistema de poder já existente na indústria, prejudicando pequenos grupos e artistas independentes, enquanto assiste artistas associados; e c) atualmente, mostra-se mais difícil [*to earn a decent living*] com o advento do MMS, se levar em consideração MMS como responsável.

O uso de plataformas digitais para a publicação e promoção de música também se mostra democratizado pelo fato de que não há necessidade de artistas assinarem contratos com gravadoras ou selos, permitindo fluidez em conteúdo e renda. Contudo, essa acessibilidade também é apresentada em intensificação da competitividade e apoio em parceiros comerciais (KLEIN et al., 2016).

Há um consenso de que atualmente a linha entre artistas indies e com contrato assinado é tênue o suficiente para não existir mais, pois o número de profissionais envolvidos no desenvolvimento do conteúdo é menor. A presença online é um fator-chave para a promoção de um conteúdo atualmente, o que ainda se mostra como mais acessível a grandes nomes da indústria, fazendo com que artistas menores passem por desafios maiores para “estrategiar” e alcançar não somente novas partes do campo digital, mas também continuar com o engajamento que já possuem (KLEIN et al., 2016).

METODOLOGIA

Neste trabalho, o problema de pesquisa foi abordado qualitativamente. Nesse tipo de abordagem, o pesquisador objetiva ter uma compreensão holística acerca do fenômeno, com base nos múltiplos entendimentos dos envolvidos. Neste trabalho, foram entrevistados 11 (QUADRO 1) músicos e musicistas independentes, entre os meses de maio e junho de 2022. A amostra de participantes foi estabelecida por conveniência. Em geral, os entrevistados foram encontrados e contatados por meio de conhecidos, os quais, forneceram o acesso por meio de redes sociais, na maioria das vezes.

Ademais, ao final das conversas, fora solicitado aos participantes que sugerissem outros artistas que pudessem fazer parte do estudo. As entrevistas foram gravadas e duraram em média 40 minutos. Em seguida, as gravações foram transcritas de tal forma que os dados pudessem ser inseridos no corpus textual analisado neste estudo. É importante salientar que as entrevistas

foram conduzidas somente com artistas independentes, que não possuem vínculo com quaisquer gravadoras musicais.

Quadro 1 – Dados dos entrevistados

Artista	Idade	Lugar de residência	Tempo atuando como músico independente	Músicas lançadas	Artista solo ou de banda
Art_ent_1	31 anos	Campo Belo (MG)	3 anos	7	Solo
Art_ent_2	40 anos	Perdões (MG)	30 anos	20	Solo
Art_ent_3	48 anos	Lavras (MG)	14 anos	32	Banda
Art_ent_4	41 anos	Curitiba (PR)	6 anos	7	Solo
Art_ent_5	22 anos	São João del Rei (MG)	9 anos	22	Banda
Art_ent_6	34 anos	Barroso (MG)	20 anos	14	Banda
Art_ent_7	34 anos	Arcos (MG)	21 anos	140	Banda
Art_ent_8	29 anos	Lagoa da Prata (MG)	10 anos	1	Solo
Art_ent_9	29 anos	Belo Horizonte (MG)	10 anos	47	Banda
Art_ent_10	18 anos	Nova Lima (MG)	3 meses	1	Solo
Art_ent_11	33 anos	Divinópolis (MG)	18 anos	9	Banda

Fonte: dados da pesquisa (2022).

As entrevistas foram conduzidas com base em um roteiro semiestruturado que possuía 11 questões, com respectivos subtópicos. Neste trabalho, o corpus textual analisado foi formado por aproximadamente 70 páginas, ao se considerar as transcrições das entrevistas. Foram criadas quatro categorias para análise dos resultados (conforme seção a seguir), que consideram as evidências observadas nos relatos dos participantes. No que diz respeito ao método de análise dos dados, neste trabalho, foi adotada a Análise de Conteúdo (AC).

As orientações de Bauer e Gaskell (2017) acerca da preparação do material a ser analisado, a formação das categorias temáticas, a descrição dos dados e suas interpretações, foram adotadas neste estudo. O uso da AC se justifica no fato de que ela permite que sejam verificados os sentidos recolhidos no material textual, por meio dos símbolos empregados, palavras, temas, expressões e frases, segundo a sua forma (BAUER; GASKELL, 2017). Esses autores, em resumo, sugerem que a AC ocorra por meio de três etapas: (i) a pré-análise, (ii) a exploração do material e, (iii) o tratamento dos resultados, inferências e interpretações.

Neste trabalho, no que diz respeito à primeira etapa, foram realizadas as transcrições das entrevistas, uma leitura geral do material e uma primeira identificação de questões correlatas ao quadro teórico que suportou esta investigação. Tão logo, após a organização do corpus textual, foi realizada uma leitura flutuante, que permitiu a escolha dos relatos que melhor representariam as categorias que viriam a ser formadas. Uma ressalva é importante, visto que, embora tenha-se dado ênfase às colocações coletivas, alguns relatos individuais, representativos

para o entendimento coletivo dos participantes, foram introduzidos nos resultados deste trabalho.

Ainda nesta fase da investigação, foram levantados alguns indicadores para a devida interpretação do material. Para isso, foram realizadas diversas leituras do corpus até a sua exaustão. Isto foi necessário, para se assegurar que dados importantes não fossem deixados de lado do estudo. Os relatos, conforme descrito acima, foram introduzidos no texto com o intuito de trazerem representatividade para os entendimentos aqui apresentados. Isso só foi possível porque em sua seleção sistemática, os relatos foram agrupados devido à sua homogeneidade em termos de conteúdo (BAUER; GASKELL, 2017).

Para facilitar a obediência a essa regra, considerou-se as questões do roteiro utilizado para a condução das entrevistas, como guias para a devida organização sistemática do material. Foi por meio desta organização sistemática que se assegurou a pertinência do material analisado. Em seguida, na fase de exploração do material, foi realizado um processo de codificação dos materiais, a fim de que as categorias temáticas pudessem ser construídas. Mais uma vez, como mecanismo guia para a categorização, utilizou-se as questões dos roteiros, a fim de que os parágrafos correspondentes às falas dos entrevistados pudessem ser agrupados em categorias iniciais de temas correlatos.

À medida em que as categorias iniciais foram agrupadas tematicamente, novas leituras foram realizadas, a fim de que as categorias finais pudessem ser estabelecidas. É importante ressaltar que tais categorias foram criadas a partir dos dados, não havendo, à priori, categorias temáticas baseadas na literatura científica. Isso não significa, por outro lado, que a literatura não foi consultada para a criação das categorias, apenas, que os temas emergiram da coleção de dados analisados.

Estas últimas foram compostas de unidades de registros extraídas das entrevistas (quando necessário), possibilitando as devidas interpretações. Aqui, na terceira etapa da AC, as interpretações foram realizadas e expostas no texto final. É importante salientar que inicialmente, foram estabelecidas seis categorias, divididas em subseções na seção de resultados, mas, após exaustivas leituras, as categorias foram restabelecidas em quatro. A seção de resultados, a seguir, apresenta as categorias temáticas e as respectivas categorias dos conteúdos apresentados.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

As evidências obtidas por meio das entrevistas, permitiram a criação de quatro categorias, a saber, **(i) trajetória musical até o ingresso no mundo dos streamings**: que informa como se deu a inserção dos artistas no mundo da música, sua trajetória musical, as influências que atuaram na construção de seu atual estilo musical e o ingresso nas plataformas de streaming musical. Quanto à segunda categoria, tem-se **(ii) o relacionamento com os ouvintes**, que evidencia as contribuições das plataformas de streaming musical para que os artistas possam conhecer o perfil e construírem um vínculo com os seus ouvintes.

Ademais, **(iii) a construção da imagem profissional**, diz respeito à caracterização e projeção que o artista busca transmitir por meio das plataformas de streaming musical. Finalmente, no que diz respeito ao **(iv) papel das plataformas na promoção do artista**, discute-se como os artistas utilizam as plataformas para divulgarem, disponibilizarem e distribuírem suas músicas, bem como, tais processos são encorajados ou desestimulados pela plataforma.

Trajetória musical e ingresso no mundo dos streamings

Os dados permitiram a observação de características similares entre a maioria dos músicos e musicistas participantes deste estudo. Em geral, a maioria dos participantes iniciou sua trajetória musical ainda na infância ou início da adolescência, seja por influência de familiares, amigos ou religião. Ressalta-se ainda, que em quase todos os relatos, os participantes evidenciaram ter começado suas carreiras reproduzindo músicas de outros artistas consolidados (isto é, interpretando músicas covers).

Eu comecei aos seis anos de idade tocando bateria em uma igreja evangélica. Depois, a partir dali eu comecei a estudar e aos 14 para os 15 anos eu ingressei em uma banda (Art_ent_2).

Eu comecei na música lá pelos meus 11, 12 anos fazendo aula de violão por influência da minha mãe e depois disso aprendi vários outros instrumentos de forma autodidata (Art_ent_8).

Em 2009 eu entrei na minha primeira banda, um amigo meu me chamou pra entrar, entrei como guitarrista dessa banda e ali foi onde eu comecei nesse universo de banda, bandas independentes, banda cover, onde todo mundo começa tocando música cover na época (Art_ent_9).

Os resultados evidenciaram que as formações musicais dos entrevistados dividem-se em três segmentos: **(i) formação eclética**, em que artistas buscam por fontes de diversos estilos e que, conseqüentemente, influenciam e ajudam em suas composições e formação de seu próprio estilo musical. Músicos e musicistas que abrangem este segmento, dentre os participantes, geralmente incorporam em seu repertório sonoridades similares de artistas que os influenciam, oriundos de diferentes estilos musicais, sejam, de origem nacional ou internacional. Para os entrevistados que abrangem este segmento, o que mais importa é o sentimento provocado ao ouvirem outros artistas (ALVESSON et al., 2008) e não a delimitação estilística em si.

Essas foram as bases, músicas populares, caipira, gospel e pop rock também. Mas depois de um tempo, quando eu vim pra faculdade, eu comecei a me permitir conhecer outros gêneros. Me aprofundei mais na MPB, no reggae, no funk [...]. Então, hoje em dia eu tenho muito o sentido da palavra eclético na minha vida, eu me deixo influenciar por música boa, se a música mexe comigo, se ela me toca, me provoca emoções eu permito sentir [...] (Art_ent_11).

Nesse mesmo sentido, pôde-se observar um segmento de **(ii) formação “nichada”**, que diz respeito a músicos que escutam artistas consolidados dentro do seu próprio estilo ou estilos similares e projetam características interpretativas dos músicos que os influenciam. Neste segmento, os participantes evidenciaram desejar ser comparados aos artistas que mais se espelham. Nesse tipo de comparação, quando um artista não consolidado é comparado a alguém que o influencia, há o sentimento de bem-estar, estima e orgulho (RICHINS, 2017). Ademais, como um reflexo por assumirem uma autoprojeção baseada em outros artistas (LARSEN; PETTERSON, 2018), há a crença de que o tal comportamento pode levar à consolidação profissional.

Minhas principais influências musicais vêm do blues, do rock e do metal, incluindo diferentes variações dentro desses gêneros musicais (Art_ent_7).

Já ouvi gente falando que meu timbre lembra o do Gustavo Lima, meu jeito de falar ao vivo parece do Luan Santana, então por ser inspiração minha é refletido isso. A

questão romântica lembra Gian e Giovani. Então, são comparações com músicos do mesmo gênero (Art_ent_10)

O meu pai [...] toda vez que eu cantava uma música [...], ele falava assim “[Nome do entrevistado] se eu fechar o olho aqui, vou ter certeza que é o André Valadão que vai tá cantando[...] Se eu não tiver o pé no chão, eu fico grande com isso aí, viu. Eu fico meio orgulhoso. Mas, em comparação, as músicas deles deram certo. Eu acredito que se eu continuar nessa linha de músicas, uma hora ou outra eu acho que também pode dar certo para mim (Art_ent_1).

Finalmente, há o segmento em que os artistas procuram por uma **(iii) formação musical afunilada**. Em outras palavras, os músicos e musicistas vêm de uma formação musical eclética, baseada em vários estilos musicais e diferentes artistas, mas quando entendem o seu próprio estilo musical ou criam um estilo próprio para si, buscam se inspirar cada vez mais em artistas que atuem no mesmo estilo musical.

Acredito que eu bebo diversas fontes. [...] Acredito que a música brasileira é muito rica e é algo que me desperta muito por ser muito diversa. A própria MPB, o samba, o chorinho e os outros tantos estilos brasileiros que de certo modo se respingam nas minhas músicas também. Mas, nos últimos tempos, se for pensar em um estilo que realmente me influencia pensando no meu trabalho solo, nas minhas composições é o Folk, principalmente o folk norte americano. Um estilo, um gênero que me desperta muitas coisas e não sei, talvez seja minha maior referência para as minhas composições, para as minhas músicas [...] (Art_ent_8).

Para além das questões mencionadas sobre sua trajetória musical, os artistas independentes entrevistados neste estudo, evidenciaram em seus relatos as questões enfrentadas acerca de seu ingresso nas plataformas de streaming musical. Sobre esse ponto, pôde-se observar que vários elementos que impeliram os músicos e musicistas a ingressarem neste setor da indústria musical, por exemplo, o aumento gradativo no número de usuários de plataformas de streaming musical nos últimos anos (GVR, 2020), alinhado à diminuição constante da participação das mídias físicas no mercado da indústria musical (ROSENBLATT, 2020).

Embora tenha havido relutância por parte de alguns dos entrevistados sobre o ingresso no segmento das plataformas digitais, sua inserção neste mercado não pôde ser evitada, porque sua participação poderia ser extinguida, em decorrência de as plataformas serem o local em que os ouvintes se encontram, isto é, conforme aponta o Art_ent_5 “*a gente também precisa jogar o jogo, sabe? É o que tem disponível*” (destaque próprio).

Por outro lado, salienta-se que outros artistas não observaram obstáculos para ingressarem nas plataformas de streaming musical, porque outros serviços já vinham sendo utilizados ao longo de sua trajetória. Por exemplo, os Art_ent_6 e Art_ent_7 apontaram ter tido contato com outras ferramentas digitais, antes de seu ingresso, tais como, *MySpace*, *Youtube* e *Soundcloud*.

Em virtude das influências que circundaram os entrevistados ao longo de sua trajetória musical, a construção de sua identidade, em certa medida, lhes assegurou uma projeção particular, mas que não é totalmente desvinculada das características dos artistas que os influenciaram. Além disso, em decorrência da forma como se deram suas inserções nas plataformas, a maneira como lidam com elas muda com base em seu grau de aceitação.

Em decorrência disso, existem mecanismos próprios (mas às vezes comuns) que eles utilizam para se relacionarem com seus ouvintes, beneficiando-se ou não, das ferramentas das plataformas de streaming musical, ou ainda, recorrendo a ferramentas digitais externas, tais como as redes sociais, por exemplo, para estabelecerem certo grau de interação com os ouvintes. Sobre esse ponto, evidencia-se a subseção que se segue.

Relacionamento com os ouvintes

Artistas independentes ao iniciarem suas carreiras musicais necessitam de um determinado apoio de seus pares, bem como amigos, familiares ou até mesmo da própria comunidade regional ou dos entusiastas do gênero musical que tocam. O relacionamento entre os músicos e musicistas independentes com seus ouvintes costuma ser estabelecido através do método *word of mouth*, em que uma pessoa conta para outra pessoa e assim sucessivamente e o vínculo é estabelecido através do acompanhamento de apresentações e por conseguinte, sua presença online (ANDERSON, 1998).

Tenho alguns amigos de fora que passam o som para outro amigo [...] uma pessoa que eu nunca tive contato pessoalmente. É notório que a pessoa consegue apoiar [...] às vezes até mais do que alguém que esteja aqui na cidade (Art_ent_6).

Alguns entrevistados afirmaram que é difícil criar vínculos com ouvintes a partir das plataformas de streaming, o que ocorre mais por meio de recursos externos como as redes sociais. As plataformas, contudo, possibilitam que haja um certo conhecimento e reconhecimento do perfil dos ouvintes, a partir de playlists criadas pelos ouvintes e por outros músicos que desejam compartilhar as músicas de seus pares, e pelas métricas das próprias plataformas que trazem dados demográficos dos ouvintes.

Por meio das entrevistas, foi possível notar o consenso em parte dos entrevistados em relação a essa criação de vínculo por meio das plataformas. As redes sociais tornam-se o meio pelo qual ocorre essa interação enquanto as plataformas de streaming são a fonte dos dados que permitem que os artistas conheçam, mesmo que minimamente, por meio de métricas demográficas, o perfil seus ouvintes.

Eu não consigo perceber que há vínculo com meus ouvintes nas plataformas sabe... eu acho que essa de vínculo com os ouvintes está mais nas redes sociais, pois são canais mais fáceis e propícios de se comunicar.” (Art_ent_8)

A maioria dos entrevistados comentou que há certo impacto do vínculo com os ouvintes no direcionamento de suas músicas. Mas, não há influência no modo em que compõem. Contudo, há entrevistados que mencionaram que esse contato permite o direcionamento de suas composições como o Art_ent_10 que afirmou “*Preciso andar de acordo com o público que está me escutando*”. E há casos que o direcionamento da composição do artista é feito para atender um processo religioso, como Art_ent_1 “*Depois [...] que eu centralizei as coisas eu falei assim “não, o principal é a obra de Deus. Depois, o que as pessoas vão pensar, que seja”*” (destaque próprio).

Nesse sentido, as plataformas de streaming se mostram limitadas em relação às outras plataformas, pois não possibilitam a criação do vínculo com os ouvintes, servindo apenas como um domínio de hospedagem. Já as redes sociais servem tanto para a criação desse vínculo como um meio para a divulgação e promoção de seu trabalho musical e artístico, como relata Art_ent_5 que afirma que há preocupação em relação à arte e à apresentação nas redes sociais.

O papel da plataforma na promoção do artista

De acordo com a subseção anterior, o uso de plataformas de streaming para a promoção e divulgação do trabalho dos músicos e musicistas não é eficiente, visto sua limitação de interação entre os usuários. O uso das redes sociais mostra-se como um meio mais eficaz e viável para esse fim. Conforme discutido anteriormente na pesquisa, a forma como os artistas ingressaram nas plataformas de streaming musical foi diversa.

Por um lado, alguns músicos e musicistas evidenciaram que suas experiências prévias em outros serviços digitais influenciaram sua aptidão com o uso das ferramentas disponibilizadas pelas plataformas de streaming. Por exemplo, o Art_ent_7, aponta que aprendeu *“como distribuir música digitalmente através das plataformas mais modernas, como o Spotify, lançando inclusive alguns materiais antigos que ainda não haviam sido distribuídos”*.

Por outro lado, outros artistas tiveram que recorrer a terceiros para os instruírem sobre o uso dos recursos das plataformas, conforme explica o Art_ent_11 *“O spotify, o deezer, a apple music exigem que você tenha um material gravado com as condições específicas, então eu tive um pouco mais de dificuldade e procurei ajuda de pessoas [...] que já conheciam e que já distribuía música”*. Ou ainda para assumirem a tarefa de usarem tais recursos, segundo sugere a Art_ent_4 *“O meu primeiro lançamento ficou a cargo de uma empresa que trabalhava com gestão de bandas”*.

Os relatos dos entrevistados evidenciaram uma situação complexa, em especial, quando recorrem a terceiros para otimizarem seus processos de disponibilização de seus trabalhos. Aqui, há um antagonismo entre as possibilidades de ganhos financeiros, por um lado, e, alcance de público, do outro. Por exemplo, os entrevistados relataram que quando utilizam o serviço de distribuidoras há uma melhora no alcance de seu trabalho, mas os repasses financeiros decorrentes dos streamings de suas músicas, não lhes são assegurados.

A gente não ganha nada e eles ganham um percentual em cima da reprodução que tem nas plataformas, em troca disso eles disponibilizam a nossa música em todas as principais [plataformas] [...] (Art_ent_9)

Exige muito recurso para que você mantenha várias plataformas em movimento ao mesmo tempo, né. [...] A distribuidora faz um pagamento a cada dois meses [...] e eu posso reinvestir na divulgação da música nova, embora o que você precisa, acaba sendo o dobro do que recebe para passar as campanhas (Art_ent_4).

Em contrapartida, atualmente, a criação e distribuição das músicas é mais acessível do que em anos anteriores, como relatado por alguns entrevistados. Eles ainda relataram que os serviços de streaming aumentaram os acessos e a distribuição de suas músicas, sendo possível que ouvintes de diversos países tenham acesso às suas músicas, conforme sugere o Art_ent_1 *“Olha que bacana, [tem gente] em Portugal, nos Estados Unidos e no Japão, e esses três tem lá, e eu achei isso muito interessante, porque esses caras tão ouvindo mesmo, entendeu?”*.

Contudo, embora as plataformas de streaming sirvam como um repositório para disponibilização das músicas, seu papel não extrapola tal posição. Em outras palavras, para que o artista busque se promover enquanto músico, ou ainda, busque elevar o alcance de suas canções, ele precisa recorrer a outros serviços digitais, como as redes sociais e *web radios*, por exemplo.

Acredito que é interessante o artista estar sempre mantendo atualizados os seus perfis nas plataformas de streaming, principalmente em períodos de novos lançamentos, mas não deixar que as plataformas e algoritmos façam todo o trabalho sozinhos, é um trabalho em conjunto com as redes sociais [...] (Art_ent_7).

Não ache que a plataforma vai pegar a sua música e colocar numa playlist com Jorge e Mateus, Anitta, Foo Fighters, porque não vai. Se você não trabalhar bastante, se você não tiver um **engajamento legal com as suas redes sociais, fazer com que as pessoas tenham curiosidade com a sua música, ela não vai caminhar, ela não vai andar, e a sua música vai ficar no limbo mesmo** (Art_ent_2).

Desse ponto, decorre uma consideração importante, os artistas independentes, precisam buscar competências além daquelas concernentes à criação e produção musical. Isso significa que esses artistas recorrem a formas de capacitação diversas como cursos (Art_ent_4),

produtores musicais que já atuam (Art_ent_5), amigos (Art_ent_1), informações diversas e vídeos explicativos na internet (Art_ent_4). Assim, em decorrência do gradativo aumento da dependência pelas redes sociais, tais redes influenciam a formação da imagem profissional dos artistas, conforme seção que se segue.

A construção da imagem profissional

A caracterização pessoal de um artista é uma parte imprescindível da sua vida profissional. Músicos se veem pressionados, não somente com a necessidade da presença online, mas com a criação e manutenção de sua imagem nos meios de divulgação (HESMONDHALGH, 2021), no caso desta pesquisa, por exemplo, tais meios de divulgação foram descritos como sendo as redes sociais.

As pessoas não conectam somente pela música, mas pelo visual que elas veem. [...] pela primeira vez nas plataformas de streaming e gostaria de chegar já com uma cara, com uma identidade, algo a mais que conectassem as pessoas ao meu trabalho, as minhas músicas (Art_ent_8).

Conforme exposto pelo Art_ent_8, a exploração de um material visual, remonta aspectos concernentes à identidade que a banda deseja passar. Com isso, elementos musicais e visuais, unidos, são entendidos como a forma pela qual o pensamento que o artista tem de si, pode ser transmitido, conforme explica o Art_ent_5 *“Essa estética visual, isso diz muito sobre a banda [...] É realmente algo que a gente pensa”*.

Em contrapartida, alguns artistas entrevistados relataram não se importar com a criação da imagem, priorizando a impressão natural. Isso significa, em resumo, que a não preocupação com a construção de uma imagem, já se torna a construção da imagem em si. Trata-se de um processo pelo qual os artistas se abstêm de dispenderem tempo na proposição de materiais complementares que transmitam sua identidade, de forma que, esse desprendimento, por si só, já transmite a imagem que desejam passar.

Cara, assim, a gente não tem muita preocupação com essa parte visual, somos só uns caras que gostam de um som pesado que compõe e faz esse som aí e tem muita gente que se identifica com isso. Eu acho que o fato da gente não ligar tanto para essa parte já é uma caracterização em si, sabe (Art_ent_9).

Os entrevistados relatam que para manter uma imagem positiva nas redes sociais é necessário que haja uma curadoria para gerar engajamento e uma manutenção do conteúdo para manter o interesse dos ouvintes. A plataforma, por sua vez, permite que os artistas revelem traços (paralelos aos musicais) de suas identidades por meio da exposição de letras, capas de discos e imagens representativas. *“A imagem que colocamos na capa do álbum atrai ouvintes. O próprio nome da banda e as artes que a gente coloca faz o marketing”*, relatou Art_ent_8.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este teve por objetivo de compreender o papel das plataformas de streaming musical na construção da identidade de músicos e musicistas independentes. Para isso, foram realizadas entrevistas semiestruturadas com 11 artistas independentes de diversas cidades do Brasil (a grande maioria do estado de Minas Gerais), que possuem trabalhos disponibilizados em plataformas de streaming musical.

Os resultados do estudo evidenciaram quatro categorias de análise, de forma que, na primeira, buscou-se introduzir a (i) trajetória musical dos artistas, até o seu ingresso no mundo dos streamings. Aqui, pôde-se observar que alguns músicos possuem uma formação eclética, visto que buscam por fontes de inspiração em diversos estilos musicais; outros apresentaram uma (ii) formação “nichada”, por buscarem inspiração em artistas consolidados no mesmo estilo musical em que atuam; e, (iii) formação afunilada, por iniciarem sua trajetória de forma eclética e, ao longo da construção de seu perfil profissional, assumem um estilo único.

Em decorrência de suas trajetórias, pôde-se observar que os artistas entrevistados constroem para si, formas distintas de se relacionarem com os seus ouvintes. Aqui, enquanto alguns artistas buscam informações demográficas por meio dos recursos oferecidos pelas plataformas de streaming, para traçarem um perfil dos seus ouvintes, de forma a direcionarem melhor suas canções. Outros, relataram não se importarem com tais aspectos, visto que, para eles, suas músicas são direcionadas para sua própria satisfação, e não para atingirem um público particular.

Como consequência desses posicionamentos, os artistas entrevistados evidenciaram que, acerca da construção de suas imagens profissionais, há, por um lado, músicos e musicistas que levam em consideração os perfis de seus ouvintes, de forma a direcionar suas músicas para agrada-los. Por outro lado, outros artistas entendem que a arte musical tem um fim para si próprios, não se importando com o vínculo que possam criar com seus ouvintes. Dessa forma, sua imagem profissional é construída de forma a se auto satisfazerem.

Finalmente, para que alguns artistas tenham, minimamente, contato com seus ouvintes, eles mesclam os recursos disponibilizados pelas plataformas de streaming (como as métricas de dados demográficos, por exemplo), com ferramentas externas (como as redes sociais, por exemplo), que permitem a divulgação de suas músicas e contato com o público. Em decorrência dessa necessidade, os artistas acabam por desenvolver outras habilidades (de gestão) paralelas às musicais, para gerenciarem seus recursos e conseguirem abranger o maior público possível.

Este trabalho traz contribuições de ordem gerencial, em primeiro lugar, para os atuais e futuros artistas que desejam ingressar no mundo dos streamings musicais. Tais atores precisam se atentar ao grupo de competências necessárias à consecução de seus objetivos profissionais, visto que, mesmo que busquem parcerias com profissionais do ramo, ainda assim, habilidades comunicativas lhes serão demandadas. As plataformas, por sua vez, podem utilizar os dados deste estudo para repensarem seu planejamento estratégico, a fim de oferecer recursos para que os artistas possam estabelecer um canal de comunicação direta com seus ouvintes, sem a necessidade de ferramentas paralelas.

Como estudos futuros, sugere-se que trabalhos de revisão de literatura sejam conduzidos, a fim de se compreender como a literatura científica tem tratado a interseção entre a identidade de artistas independentes e plataformas de streaming musical. Ainda, seria possível a realização de outros estudos a fim de se verificar, por exemplo, como as plataformas têm contribuído para que artistas independentes construam suas carreiras; e, em que medida as plataformas interferem na motivação dos artistas para continuarem seu trabalho.

REFERÊNCIAS

ALVESSON, M.; et al. Identity matters: Reflections on the construction of identity scholarship in organization studies. **Organization**, v. 15, n. 1, p. 5-28, 2008.

BARBOSA, L.; CAMPBELL, C. Cultura, consumo e identidade. **FGV Editora**, 2006.

- BAUER, M.; GASKELL, G. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. 2ª Reimpressão da 13. ed. de 2015. Petrópolis, RJ: Vozes, 2017.
- CAZA, B. B.; CREARY, S. The construction of professional identity. In: **Perspectives on contemporary professional work**. Edward Elgar Publishing, 2016.
- FLEISCHER, R.; VONDERAU, P. **CM Reviews: Selling Digital Music, Formatting Culture** (2017) by Jeremy Wade Morris. Disponível em: <<https://culturemachine.net/wp-content/uploads/2019/05/605-1480-1-PB-2.pdf>>. Acesso em: 29 de maio de 2022.
- HESMONDHALGH, D. Is music streaming bad for musicians? Problems of evidence and argument. **New Media & Society**, 146144482095354, 2021. DOI:10.1177/1461444820953541
- HESMONDHALGH, D.; MEIER, L. M. What the digitalisation of music tells us about capitalism, culture and the power of the information technology sector. **Information, Communication & Society**, v. 21, n. 11, p. 1555-1570, 2018. DOI: 10.1080/1369118X.2017.1340498
- JENKINS, R. **Identidade social**. Routledge, 2014.
- KLEIN, B.; et al. Selling Out: Musicians, Autonomy, and Compromise in the Digital Age. **Popular Music and Society**, 2016. DOI: 10.1080/03007766.2015.1120101
- LARSEN, G.; PATTERSON, M. Consumer identity projects. In: KRAVETS, O.; MACLARAN, P.; MILES, S.; VENKATESH, A. (eds.) **Sage Handbook of Consumer Culture**, Sage: 2018. P.194-213.
- MCPHERSON, G. E.; WELCH, G. F. (Ed.). **Oxford Handbook of Music Education**, Volume 1. Imprensa da Universidade de Oxford, 2012.
- QI, N.; VEBLEN, K. K. Transformative learning through music: Case studies from Brazil. **Action, Criticism, and Theory for Music Education**, v. 15, n. 2, p. 101-125, 2016.
- RICHINS, M. L. Materialism pathways: the processes that create and perpetuate materialism. **Journal of Consumer Psychology**, 27, 4, 2017, p. 480-499.
- SPEARS, R. Social influence and group identity. **Annual Review of Psychology**, v. 72, p. 367-390, 2021.
- SWANN JR, W. B.; BOSSON, J. K. **Self and identity**, 2010.