

**MÚSICA MARANHENSE *ON-LINE*<sup>1</sup>:  
Artistas maranhenses usando a tecnologia ao seu favor**

Márcio MONTEIRO<sup>2</sup>  
Faculdade São Luís, São Luís - MA

**RESUMO:** Este trabalho, composto por algumas considerações apresentadas na dissertação de mestrado defendida pelo autor, apresenta uma reflexão sobre a reconfiguração da cadeia produtiva da música independente no estado do Maranhão. Por meio da observação de casos concretos, podemos perceber como artistas independentes têm feito uso da internet para a circulação de suas músicas. A referida reconfiguração gera um leque de novas oportunidades para os artistas, na mesma proporção em que aproxima ainda mais estes do seu público.

**PALAVRAS-CHAVE:** Música maranhense; Música On-line; Mp3-demo.

## **1 Introdução**

Os artistas independentes que utilizam a internet para divulgar seu trabalho o fazem, geralmente, de maneira semelhante a como faziam com as fitas e *CDs* demonstrativos. Esta é a origem do conceito de *mp3-demo*, já apresentado em outras oportunidades como um formato de demonstração usado pelos artistas, levando em consideração questões ligadas à circulação de música pela internet e à maior flexibilização do licenciamento de música. O fenômeno não é completamente novo, mas tem se constituído como fator de mudanças na forma como a música é produzida, nos meios por onde esta música circula e na maneira como é experimentada e consumida.

Tradicionalmente, a cadeia produtiva da música envolve três etapas: produção, circulação e consumo. No modelo praticado pelas grandes gravadoras desde os primeiros anos da indústria fonográfica, esta produção obedece a uma lógica de grandes receitas, e está diretamente ligada aos grandes centros urbanos. No Brasil, para se ter uma idéia, durante muito tempo a produção fonográfica ligada às *majors* restringiu-se às cidades do Rio de Janeiro e São Paulo, onde estão localizados os escritórios destas empresas. Para os artistas dos demais estados, ficavam apenas as seguintes alternativas: sair de suas cidades rumo à região sudeste, gravar suas músicas em pequenos estúdios

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no I Encontro de Pesquisadores em Comunicação e Música Popular – MUSICOM.

<sup>2</sup> Graduado em Comunicação Social – Rádio e TV, pela Universidade Federal do Maranhão. Mestre em Comunicação pela Universidade Federal de Pernambuco. Professor do Curso de Comunicação Social da Faculdade São Luís. E-mail: themarcmont@hotmail.com.

da sua cidade por conta própria, ou aguardar por pontuais iniciativas das grandes gravadoras que contemplem de alguma maneira a produção regional.

De acordo com a perspectiva apresentada por Prestes Filho (2002), a cadeia produtiva da música se organiza nas seguintes etapas: a primeira, chamada de pré-produção, reúne o trabalho da indústria de instrumentos musicais, da indústria de equipamentos de som e gravação e da matéria prima utilizada na fabricação de suportes virgens (CD, CDR, DVD, VHS etc.), bem como o ensino profissional artístico e técnico e a formação de platéia e educação musical. A segunda etapa, a da produção, envolve um grupo de agentes institucionais envolvidos, tais como a Associação Brasileira dos Produtores de Disco, o Escritório Central de Arrecadação e Distribuição, e as associações de editores, os agentes governamentais, os selos e o catálogo. Nesta etapa estão os itens específicos da gravação do disco, que vai da composição à prensagem, passando pela composição, gravação em estúdio, mixagem e masterização.

A etapa de circulação envolve distribuição e comercialização. A primeira fase contempla geralmente grandes campanhas de *marketing*, pesada logística e ampla publicidade. A segunda fase acontece com o apoio das mídias tradicionais, em shows e espetáculos, e com venda em lojas do ramo, no mercado informal, e pela internet. Já a etapa do consumo envolve desde a aquisição de um disco até sua audição em programas de rádio ou em ambientes como academias e restaurantes. Relacionadas às produções independentes, estas etapas acontecem de forma mais restrita, focadas em apenas alguns aspectos, como venda em lojas e difusão através da rede mundial de computadores.

Neste artigo, iremos discutir as alternativas de circulação de música pela internet como importante fator para a difusão da produção musical do Maranhão. Sabemos que neste Estado, a produção fonográfica é fértil, a despeito da distância dos grandes centros, e é custeada, principalmente, pelo próprio artista. Em algumas épocas do ano, acontece de esta produção ser custeada com subsídios de programas governamentais. Antes de tudo, analisaremos o contexto da produção fonográfica maranhense. Em seguida, serão apresentados alguns casos que representam a presença de bandas e artistas maranhenses na internet. A intenção é demonstrar algumas das alternativas para a divulgação do trabalho dos referidos artistas.

## 2 Produção fonográfica maranhense

De acordo com a pesquisa da jornalista Vanessa Serra (2007), cujo foco foi a Música Popular Maranhense<sup>3</sup> (*MPM*), a produção independente no Estado tem, e em alguns casos não tem mais, as seguintes formas de financiamento e captação de recursos:

- a) Recursos estatais: diz respeito a iniciativas governamentais de subsídio da produção fonográfica, apoiada em projetos tais como o Primeiro Plano Fonográfico da Secretaria da Cultura do Maranhão. Entre os artistas já beneficiados pelo Plano estão Antônio Vieira, Chico Maranhão e Célia Maria.
- b) Leis de incentivo: com o objetivo de incentivar a produção cultural, foram criadas leis como a Lei Rouanet, de 1991, ou a Lei Municipal de Incentivo à Cultura. São projetos que envolvem empréstimos, isenção fiscal ou criação de fundos. Entre os artistas maranhenses que lançaram disco com o financiamento deste tipo de incentivo estão César Teixeira e a banda *Nêgo Ka'apor*. Uma outra lei, a Lei Estadual de Cultura, foi aprovada em 2005, mas até junho de 2008, não havia sido sancionada pelo chefe do executivo estadual.
- c) Iniciativa privada: recursos repassados aos artistas a partir de projetos enviados a empresas. Como exemplo, temos o *CD* lançado em 2006 pelo Bumba Boi de Maracanã, parcialmente pago pela Petrobrás.
- d) Recursos próprios: o artista é totalmente responsável pelos custos da produção.
- e) Outros recursos: a autora afirma que freqüentemente, discos maranhenses são custeados por políticos, como é o caso do *CD* do Boi Pirilampo, que lançou um disco com tiragem de 25 mil cópias, “apadrinhado” pelo vereador ludoviscence Renato Dionísio.

Após a etapa de gravação, realizada em algum dos poucos estúdios profissionais da cidade, o disco segue para a mixagem e a masterização, que quando não ocorre no mesmo estúdio onde foi gravado, segue para os Estados do Ceará ou Manaus, ou ainda

---

<sup>3</sup> Música popular maranhense, ou simplesmente *MPM*, diz respeito ao conjunto de bandas, cantores e compositores do Maranhão que fazem a produção musical do estado, à semelhança de outros movimentos musicais como Clube da Esquina, de Minas Gerais, ou Novos Baianos, da Bahia.

Rio de Janeiro e São Paulo. A distribuição, de acordo com a autora, acontece da seguinte maneira:

- a) Consignação: o artista leva o disco para que as lojas possam vendê-lo, e recebe um determinado valor acertado previamente com o dono da loja. Em São Luís, a quantidade de lojas de *CDs* é pequena, e os artistas ficam na dependência dos dois principais pontos de venda: Livraria *Poeme-se* e Loja *Rodrigo's CDs*, localizadas no Centro Histórico;
- b) Venda direta: o artista vende o disco direto ao público, normalmente após uma apresentação ao vivo; e
- c) Usando a internet: artistas utilizam *sites* pessoais para venda dos discos, ou outros onde possam anunciar seu produto.

Antes de partirmos para a análise da circulação de música independente do Maranhão através da internet no formato *mp3*, interesse principal deste trabalho, devemos considerar um último aspecto da pesquisa de Serra: o consumo. A autora afirma que os artistas estão insatisfeitos com a difusão de suas músicas, o que influenciaria negativamente na venda dos *CDs*. Entre as emissoras de rádio, somente uma costuma executar músicas maranhenses com frequência, e tem programas específicos para a *MPM*. Já entre as emissoras de TV, apenas iniciativas pontuais e isoladas contemplam a produção musical local. Apenas os jornais impressos teriam um espaço maior para a divulgação de *shows*, lançamentos de discos e entrevistas com artistas maranhenses. Aliando isto ao reduzido número de lojas, os discos normalmente alcançam um número limitado de vendas, sugere a jornalista.

O Maranhão conta, atualmente, com três selos: o selo *Laborarte*, voltado para o registro de canções tradicionais, de grupos folclóricos; o selo Sabiá, criado em 1999 pela secretaria de cultura do estado; e o selo *Mara Music*, criados pelos cantores e compositores locais Beto Pereira e Chiquinho França. As informações compõem a pesquisa do radialista Francisco Mesquita Lima (2005), que investigou a satisfação dos artistas maranhenses com a divulgação promovida pelas emissoras de rádio e televisão, e pelos jornais impressos.

O autor cita os dois únicos programas de rádio do Maranhão que são exclusivamente voltados para a produção musical local. O primeiro, o programa *MPM*, veiculado pela Rádio Mirante, e o segundo, o programa *Santo de Casa*, veiculado pela Rádio Universidade. E conclui que estas iniciativas seriam incipientes, dado o volume da produção musical.

De acordo com Paulo Pellegrini, a produção musical maranhense apresenta quantidade e qualidade satisfatória, considerando os custos envolvidos na produção e a realidade sócio-econômica do estado. Para ele:

Os músicos profissionais do Maranhão são muito bons tecnicamente, o Estado possui uma riqueza cultural e de repertório que consegue abastecer as produções locais, e a quantidade de produção é grande, se considerarmos os custos envolvidos e a realidade sócio-econômica do Estado. A Rádio Universidade recebe, em média, uns 100 CD's maranhenses por ano, incluindo aí demos, mp3 e músicas para divulgação. Agora, a produção ainda é descentralizada e individualizada, não há movimentos musicais consolidados que permitem, por si só, que a produção aconteça naturalmente e dentro de critérios mercadológicos definidos. O artista maranhense ainda produz basicamente por duas razões: ou para se aproveitar dos financiamentos públicos para cultura (especialmente no Carnaval e no São João), ou para diletantismo, fazendo música para o seu próprio gosto<sup>4</sup>.

Tendo em vista a realidade descrita acima, de que maneira artistas independentes do Maranhão têm utilizado a internet a favor da divulgação de seu trabalho? As análises da próxima seção serão feitas a partir de experiências narradas pelos próprios artistas.

### **3 Artistas maranhenses, *mp3-demo* e a circulação através da internet**

Nesta seção, analisamos alguns casos representativos da realidade musical maranhense, que ajudam na compreensão de como o processo de compartilhamento do *mp3-demo* pode não apenas ajudar na divulgação de uma banda nova, mas de criar vínculos entre o público e o artista.

#### **3.1 Mount Zion**

Apesar de se tratar de uma banda gospel, “com o objetivo de divulgar a mensagem de paz e amor que o estilo reggae tem em si, compostas por evangélicos com experiências profundas e marcantes no mundo e no contexto reggae”<sup>5</sup>, os componentes da *Mount Zion* afirmam não depender de suas igrejas para a manutenção da banda. Seguindo a categorização proposta por Vaz (1988) e De Marchi (2005), trata-se de uma banda autônoma, cuja iniciativa é isolada e não estabelece um circuito alternativo de

---

<sup>4</sup> Paulo Pellegrini é músico, professor universitário e coordenador de núcleos da Rádio Universidade FM. Entrevista concedida ao autor.

<sup>5</sup> Mais informações sobre a banda *Mount Zion* podem ser obtidas no endereço <<http://palcomp3.cifraclub.terra.com.br/mountzionrgb/>>. Acessado em 03 de abril de 2008.

produção. Entendem que ser classificados como independentes significa ter a liberdade de decidir os rumos que vão tomar. Concordam que a independência, em alguns momentos, tem um lado negativo, que são os momentos emergenciais, como por exemplo, na oportunidade em que participariam de um evento em São Paulo, mas deixaram de ir por não ter conseguido dinheiro para comprar as passagens. “Ao mesmo tempo que me dá vontade de decidir meus passos, tem hora que ser independente me aperta o pé<sup>6</sup>”, afirmou Kako D’Carvalho.

Sobre o relativo “conforto” que um contrato com uma gravadora permitiria aos músicos, todos os membros concordam que ser independente é melhor, na medida em que não há prazos fechados para que um disco fique pronto. E ainda assim, sendo independente, a banda pode usar a gravadora para terceirizar a etapa de distribuição do material gravado, num contrato parcial de divulgação.

Recebemos dois convites de São Paulo, em que não temos que, obrigatoriamente, fazer contrato. Queremos apenas a divulgação. Nesse caso, nós nos damos o direito de fazer as coisas do jeito que queremos. O que queremos é fazer o mínimo de contato com a gravadora.

Possuem cadastro no Portal *Palco Mp3*, onde disponibilizaram músicas, das quais três foram editadas para ser utilizadas como toque de celular. No perfil, disponibilizaram ainda videoclipes e a agenda mensal da banda. Mantém uma comunidade no *Orkut*, com mais de duzentos membros, onde compartilham informações sobre a banda, sobre eventos e a formação de uma cena de *reggae gospel* no Maranhão. A respeito da importância do internet na divulgação da banda, os integrantes declaram que a banda ainda não existia quando as primeiras músicas foram disponibilizadas. As músicas haviam sido compostas, gravadas em um estúdio caseiro, “apenas para eu não esquecer o ritmo que queria dar pras letras”, conforme afirmou Kako D’Carvalho, o compositor. Mas, incentivados por um amigo, colocaram as músicas no Portal, para que as pessoas comesçassem a ter contato com a produção. Enquanto os músicos faziam os primeiros ensaios e faziam testes com outros músicos pra fechar a formação do grupo, as músicas já estavam circulando por São Paulo. “O *Palco Mp3* foi muito mais que uma alavanca”, afirma.

Apesar de não conhecer todos os critérios que os Portais utilizam para definir quem são os destaques, afirmam que o retorno que recebem por divulgarem sua música

---

<sup>6</sup> Os trechos que se seguem nesta seção compõem entrevistas concedidas pelos artistas ao autor.

neste ambiente é muito grande. Os Portais e a comunidade no *Orkut* funcionariam como ambiente gratuito de divulgação das músicas e a possibilidade de estabelecer contatos. Sobre isto, Anderson (2006) afirma que com a internet, a difusão de conteúdos passa a acontecer por uma fração mínima do custo tradicional, já que é algo que leva em conta a formação de redes de relacionamento em ambientes virtuais. Os eventos para os quais as bandas é convidada são, geralmente, organizados por pessoas que tiveram acesso às músicas da banda pela internet. Estes eventos, por sua vez, abrem portas para outros eventos.

A banda passou todo o ano de 2008 em estúdio, preparando o primeiro disco. Os componentes reconhecem que a situação de uma banda que faz parte do esquema de uma grande gravadora é mais confortável, mas demonstram não ter pretensão de ser contratados. Preferem apenas assinar um contrato de divulgação com um selo. Eles têm projetos de fazer divulgação alternativa do *CD*, como pontos de venda espalhados pela cidade, contratos de consignação etc. “Porque gravar não é o problema, ainda mais hoje em dia. Mas divulgar é!”, garantem.

Em relação à questão do direito autoral e da pirataria, os músicos afirmam que as músicas são registradas, e que, portanto, são legalmente protegidas contra gravações desautorizadas. “Mas não temos interesse nenhum em reter as nossas músicas. Seria egoísmo demais. Se eu canto e toco músicas de outras pessoas, como eu posso querer que nossas músicas não sejam executadas? E mais: nossa música não tem fins comerciais”, afirmam. Mas fica claro que quando o *CD* for lançado, vão retirar as versões completas da internet e colocar apenas trechos. E a justificativa é simples: “Se nós colocarmos todas as músicas lá, ninguém vai comprar o *CD*”. Não deixam, contudo, de reconhecer também que a cópia é inevitável, e que isso não necessariamente se torna um problema, na medida em que a música está sendo divulgada.

### **3.2 The Mads**

A banda já conquistou, ao longo da carreira, três Prêmios Universidade FM, entre eles o de Talento da Noite, em 2005, e o de Revelação, no ano seguinte. Em outubro de 2006, lançou seu primeiro álbum, de título "*The Mads*", com oito faixas. Já participou da abertura de *shows* como *Cpm 22* e Nando Reis. Além de possuir uma página no Portal *Palco Mp3*, tem cadastro também em Portais como *MySpace* e

*TramaVirtual*, e uma comunidade no *Orkut* que reúne mais de mil fãs. Planejava o lançamento do segundo *CD* para o mês de outubro de 2008.

Sobre o uso que os artistas independentes podem fazer da internet como ambiente de divulgação, sugerem que se trata da forma mais leal e imparcial para uma banda divulgar seu trabalho. “Não podemos generalizar, mas a maioria das rádios faz suas programações influenciadas por outros meios e não leva em consideração a qualidade do trabalho. Isso acontece no Brasil todo”. Os Portais, então, são considerados uma forma barata de expor as músicas para pessoas de todo o país, divulgação que acontece a despeito das programações das emissoras de rádio. Sobre este aspecto, temos a observação de Gerd e Kusek (2005), de que passou o tempo em que o rádio era o veículo mais importante para se descobrir novas músicas. Para os autores, as pessoas estariam desenvolvendo o hábito de recorrer à internet e aos telefones celulares, para ter acesso à música.

Os componentes da banda garantem que os Portais ajudam na divulgação das músicas. Maior do que a recompensa financeira que pode trazer, trás reconhecimento ao trabalho do grupo.

Acho que a música *Ainda Bem Você* foi a grande beneficiada. É uma música que muita gente conhece. Pode nem saber que banda é essa, talvez nem saiba que é daqui de São Luís, mas conhece pelo menos o refrão. Isso é gratificante, melhor do que qualquer recompensa financeira.

Uma das maneiras pelas quais a banda consegue ser destaque nos Portais é fazendo propaganda durante as apresentações ao vivo. Mas dizem não compreender totalmente o funcionamento e os critérios utilizados para determinar quem será destaque, seja como banda, seja como música mais acessada.

A banda afirma que não tem planos de ser contratada por uma grande gravadora. Mas julga que se o artista quer seguir uma carreira nacional, se torna essencial estar em uma gravadora. “A idéia da banda é seguir lançando coisas independentes, mas nada impede de aceitar um convite. Na verdade, isso seria uma alavanca para tentar mostrar nosso trabalho fora do estado”.

A respeito do lançamento do primeiro *CD*, a banda o produziu e lançou no ano de 2006. Como bons independentes que são, afirmam: “Tudo foi feito pelos nossos esforços, mandamos prensar em Fortaleza, 1000 cópias, e serviu com forma de divulgação. Foi bem aceito na cidade, com bom número de exemplares vendidos”.

Santini (2006) afirma que esta difusão de forma autônoma se sustenta na proliferação de estúdios digitais de gravação e masterização e até mesmo pela possibilidade de a banda gravar em casa, no computador. Esta “popularização” da gravação doméstica, aliada às ferramentas que a internet oferece para a publicação de conteúdos, estaria proporcionando este novo momento para a produção independente. Trata-se de uma experiência comum a todos os casos apresentados nesta seção.

Como venda de discos remete à pirataria e à problemática do direito de cópia, os componentes da *The Mads* disparam:

É como uma doença sem cura, não tem mais jeito, temos que conviver com ela. É legal pra quem quer divulgar seu trabalho, péssimo pra quem quer vender. Direitos autorais, como o próprio nome já diz, é uma forma de ser recompensado por sua obra, e quem vive nesse ramo da música sabe que cada vez mais tem que lutar pelos seus direitos, que não vêm sendo respeitados.

### 3.3 Kazamata

A Banda *Kazamata*<sup>7</sup> é uma das bandas de *reggae* autoral mais conhecidas de São Luís. Com cerca de cinco anos de carreira, gravou um *CD* com onze faixas, que reúne as músicas mais conhecidas do público, entre as quais se destaca a música *Sereno Bem*. Esta música ganhou destaque em programas de rádio locais, tais como a Rádio Universidade e a Rádio Mirante.

Os componentes da banda acreditam que a internet proporciona praticidade e velocidade no que diz respeito à troca de conteúdos. Isto teria permitido que as músicas circulassem em várias direções, sem barreiras, podendo ser conhecidas a partir de qualquer lugar. Sobre a circulação das músicas da banda no Portal, afirmam que existe uma espécie de vínculo entre os participantes, na medida em que o usuário pode ter, em seu próprio *playlist*, as músicas de suas bandas preferidas.

[...] dessa forma, todos que estiverem interligados na rede e que tiverem interesses em comum acabam conhecendo os artistas que um determinado internauta ouve. E dessa forma a rede de ouvintes tende a crescer de forma infinita.

---

<sup>7</sup> Mais informações sobre a banda *Kazamata* podem ser obtidas no endereço <http://palcomp3.cifraclub.terra.com.br/kazamata/>. Acessado em 16 de maio de 2008.

É como Anderson (2006) diagnosticou, ao observar mudanças no que diz respeito à produção e circulação de conteúdos, baseadas na digitalização e livre difusão de dados. Para ele, a internet seria responsável por um tipo de *marketing* que é viral, fundado sobre o compartilhamento inclusive de preferências.

Além de estarem cadastrados no *Palco Mp3*, possuem perfis em vários outros Portais, como os já apresentados *TramaVirtual* e *MySpace*, e os não tão conhecidos pelos artistas independentes *Podfestival*, *Baixahits* e *WaveMusic*, além de duas comunidades no *Orkut*. Os componentes da *Kazamata* garantem que os Portais não trazem nenhum retorno financeiro direto, mas o retorno vem em forma de reconhecimento e na possibilidade de que novas oportunidades sejam abertas para a banda através da divulgação pela internet.

A disponibilização de conteúdos on-line, de acordo com Kollock (1999), pode envolver pelo menos cinco tipos de motivações. Para o autor, uma das razões pelas quais as pessoas oferecem conteúdos gratuitamente através da internet é justamente visando obter algum tipo de prestígio ou reconhecimento dentro da comunidade. Em relação aos casos explorados nesta seção, uma outra motivação provável é a necessidade, que neste caso está mais ligada ao próprio artista, necessidade de divulgação e aceitação.

Os componentes da banda *Kazamata* afirmam compreender bem o funcionamento e os critérios utilizados pelos Portais no que diz respeito aos destaques. “Quanto mais acessos diretos, downloads e streamings tiver, a banda ganha uma condição de destaque obedecendo a hierarquia dos artistas mais acessados no portal”, explicam.

Todos os componentes participaram do processo de produção do *CD* lançado de forma independente pela banda. Afirmam que ser contratada por uma grande gravadora é o que toda banda almeja, mas que isto não significa tudo. “Ser um artista independente hoje não é tão difícil como há 20 anos. O que gostaríamos mesmo é de parceiros, patrocinadores”, dizem.

Sobre a questão dos direitos autorais, os componentes da banda expressam a opinião de que estes são imprescindíveis para o artista, e que recebem o repasse anualmente, pelas músicas executadas nas emissoras de rádio e pelas execuções em *shows*. Mas em relação à pirataria, os componentes da banda afirmam que nem tudo tem apenas um lado ruim, na medida em que esta também funcionaria como uma forma alternativa de divulgação, num processo que chamam de “massificação” da obra.

[...] através de reconhecimento alternativo, o artista fica mais propício a execução de shows. Com o avanço da tecnologia, é impossível impedir a pirataria. Antes mesmo que se espere, a obra já está pirateada. Porque por mais que o público tenha o trabalho arquivado em seu *PC*, gravado em seu *mp3 player*, *iPod*, ou qualquer dispositivo de armazenamento, ele sempre vai querer assistir a um bom *show*, isso sim é insubstituível. Você deixaria de assistir a um *show* do Pink Floyd ou Iron Maiden, só porque tem todas as músicas em casa?

### 3.4 Carol e Ana Tereza

As irmãs Carol e Ana Tereza<sup>8</sup> iniciaram carreira na música maranhense no ano de 1999. No final de 2002, receberam o Prêmio Universidade FM categoria Talento da Noite. Em 2005, ano que lançaram o primeiro disco, levaram o Prêmio pela segunda vez, na categoria Revelação.

De acordo com a dupla, que atualmente se dedica à *MPB*, a divulgação das músicas pela internet acontece por iniciativa de uma amiga e fã, que além de ter criado o perfil no Palco Mp3, alimenta outros sites, com informações, músicas e vídeos. Só depois que esta amiga começou a disponibilizar as músicas foi que Carol e Ana Tereza passaram a considerar a importância da internet na sua carreira. “Temos certeza de que a internet é um grande meio de divulgação para os artistas independentes. O artista tem que se doar à rede, criar laços e ter tempo para estar em frente ao computador. Pessoas do mundo inteiro podem ouvir a nossa música. Isso é algo maravilhoso”, afirmam. Além do perfil cadastrado no Portal, a dupla tem ainda um perfil no *Orkut*, com mais de 600 amigos adicionados.

Apesar da dificuldade que afirmam sentir no que diz respeito à divulgação de suas músicas através de emissoras de rádio, Carol e Ana Tereza entendem que a internet ajuda neste trabalho. Garantem que muita gente comenta que ouve suas músicas através dos Portais. Sobre isto, pontuam: “Quando fazemos um trabalho sentimos necessidade de sermos ouvidas, não fazemos música pra ficar somente dentro da nossa casa. O site trouxe uma expansão que não tínhamos antes”.

A dupla reconhece não compreender, por exemplo, como o *Palco Mp3* funciona, já que o perfil foi construído por uma fã. Carol e Ana Tereza afirmam ter passado um ano sem ter acesso à internet em casa. A necessidade de melhorar a divulgação das

---

<sup>8</sup> Mais informações sobre a dupla Carol e Ana Tereza podem ser obtidas no endereço <http://palcomp3.cifraclub.terra.com.br/faclubecaroleanatereza/>. Acessado em 24 de julho de 2008.

músicas levou as irmãs a buscarem maior controle sobre a circulação através da Rede. Cadastradas no *Palco Mp3* desde janeiro de 2008, Carol e Ana Tereza disseram que o retorno financeiro ainda não veio, mas que ter sua música ouvida e elogiada já é de grande ajuda. “A felicidade que sentimos ao ler recados de pessoas que nem conhecemos, e que elogiam o nosso trabalho é algo ímpar. Esse retorno a gente tem, que é o reconhecimento do nosso público”.

As irmãs, que completarão 10 anos de carreira em 2009, gravaram o primeiro CD em 2005. Em 2006, gravaram um DVD, que até 2008 não fora lançado por conta de problemas durante a produção. Parte destes problemas retoma o pensamento de Dias (2000), quando fala das adversidades pelas quais passam os artistas autônomos no que diz respeito às etapas da cadeia produtiva da música. De acordo com a autora, a solução muitas vezes é ousar pouco e reiterar o modelo de sucesso praticado pelas grandes gravadoras.

Por serem compositoras, o repertório que apresentam em shows é escolhido pela dupla. Afirmam não saber se compor o *cast* de uma grande gravadora é algo vantajoso, dado às regras e limites impostos.

Às vezes, as gravadoras criam uma identidade para o artista que não é a dele. Nós temos o nosso estilo musical, e não mudaríamos para agradar gravadora nenhuma. Se a gravadora se dispusesse a nos ajudar e não nos colocar imposições demais, achamos que até poderia ser interessante.

Sobre a questão dos direitos autorais, afirmam que estes garantem o reconhecimento, respeito e divulgação do trabalho dos compositores. Acham importante citar, nos *shows*, os nomes dos compositores das músicas. Já em relação à pirataria, concluem que não há mais domínio. Pontuam:

Tudo tem um lado bom e um lado ruim. A pirataria é péssima para as gravadoras, pois elas ganham com a venda dos CDs. O artista independente não sofre com a pirataria, já que ganha com os *shows*. Tem artistas que dizem assim: “Quando meu CD estiver pirateado é porque estou fazendo sucesso!”.

#### **4 Considerações finais: um novo momento para a música independente do Maranhão**

Para a análise aqui apresentada, propomos dois modelos de circulação de música independente através da internet, considerando os níveis de dependência, os modos de circulação e os modos de consumo. Privilegiamos para esta análise, neste sentido, o nível de total autonomia por parte do artista. Esta escolha nos levou a dispensar, a título de delimitação, artistas que mantenham algum tipo de associação, relação comercial com gravadora, ou que tenham recebido qualquer tipo de financiamento ou patrocínio. No que diz respeito à circulação, reiteramos que esta pode ser: unilateral, privilegiando lojas de disco e a difusão através da mídia tradicional; interativa, privilegiando a difusão através da internet, pontos de venda alternativos e de vendas em shows; ou ainda mista, ou seja, que contempla a co-existência dos modos anteriores. Por último, relacionado ao consumo, temos ainda três modos, sendo: o primeiro exclusivamente voltado para o amplo consumo; o segundo, exclusivamente voltado para consumo segmentado; e o terceiro, cuja estratégia contempla elementos dos dois modos apresentados.

Os quatro casos analisados neste artigo refletem os dois modelos que resultaram desta delimitação. Ou trata-se de artistas autônomos cuja circulação nem é exclusivamente unilateral nem exclusivamente interativa, mas cujo consumo é exclusivamente segmentado; ou então, trata-se de artistas autônomos cuja circulação nem é exclusivamente unilateral nem exclusivamente interativa, e cujo consumo passa por estratégias que reúnem elementos do amplo consumo, bem como do consumo segmentado. O que reiteramos aqui é que estas posições são temporárias, e estão diretamente ligadas às constantes mudanças pelas quais passam o mercado fonográfico e as relações entre os artistas e o público.

O primeiro caso, a banda *Mount Zion*, encara com otimismo a idéia de ser independente, pela liberdade de poder decidir seus próprios passos, a seu próprio tempo. É uma banda que decidiu, pelo menos inicialmente, apenas terceirizar sua relação com as gravadoras, no que diz respeito à venda do *CD* que será lançado. Compreendem, como vimos, que a internet pode alavancar a carreira de uma banda independente, na medida em que funciona como ambiente gratuito de divulgação das músicas e pela possibilidade de estabelecer contatos com fãs e outros músicos. Aliada à proposta de circulação através da internet, têm projetos de fazer divulgação alternativa do *CD*, utilizando pontos de venda e contratos de consignação.

Já o segundo caso, a banda *The Mads*, alcançou certo prestígio em São Luís. Venceu três Prêmios Universidade FM, e tem trabalhado no lançamento do segundo *CD*. Entendem que a internet é um espaço mais imparcial de divulgação, na medida em que possui critérios de aceitação diferentes das emissoras de rádio tradicionais. Reiteram que o reconhecimento pode ser tão importante quanto retorno financeiro. Não descartam a possibilidade de serem contratados por uma grande gravadora, o que permitiria à banda lançar sua produção fora do Maranhão.

A banda *Kazamata*, o terceiro caso analisado, tem apenas um *CD* gravado com recursos próprios. Afirma, como vimos, que o contrato com uma grande gravadora pode até ser o que toda banda almeja, mas que isto não significa tudo. A internet proporcionaria, de acordo com a visão da banda, praticidade e velocidade no que diz respeito à divulgação do seu trabalho. Semelhante ao caso anterior, os componentes entendem que o retorno pela divulgação através da internet vem, principalmente, em forma de reconhecimento. Além disso, existe a possibilidade de que novas oportunidades para *shows* e festivais sejam abertas para a banda.

O último caso, a dupla Carol e Ana Tereza, também foi vencedora de dois Prêmios Universidade FM. Considera a internet um grande meio de divulgação para os artistas independentes, mas que depende do artista se doar à rede, e investir em criar laços. Mesmo não sendo uma dupla iniciante, admite que a internet gerou uma expansão na divulgação do trabalho que é inédita. As irmãs concordam com os posicionamentos anteriores de que se o retorno financeiro ainda não veio, este pode ser compensado pelo reconhecimento. Sobre o relacionamento com as gravadoras, fazem a ressalva de que este pode implicar um mascaramento da proposta inicial, pela necessidade de se adequar ao modelo das *majors*.

Estes elementos nos permitem pensar sobre como a internet tem reestruturado a circulação da música independente produzida no Maranhão. Podemos dizer que existem dois momentos distintos, sendo o primeiro restrito às poucas lojas de discos de São Luís e à tímida divulgação pelas emissoras de rádio e TV, e um segundo momento, que contempla a exploração das ferramentas de interação via internet. Que fique claro que o uso destas ferramentas não se restringe à internet, mas se estende para além deste, firmado sobre redes de relacionamento reais entre os apreciadores da música produzida no Estado.

**Referências bibliográficas:**

ANDERSON, Chris. **A cauda longa: do mercado de massa para o mercado de nicho**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

DE MARCHI, Leonardo. A nova produção independente: mercado fonográfico e novas tecnologias da comunicação. In: **Intercom - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação**, 2004, Porto Alegre.

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

GERD, Leonard; KUSEK, David. **The future of music: manifesto for the digital music revolution**. Berklee Press: Boston, 2005.

KOLLOCK, Peter. **The economies of online cooperation: gifts and public goods in cyberspace**. London: Routledge, 1999.

LIMA, Francisco Mesquita. **Programa de TV “Um instante som”**. 2005. 38 f. Monografia (Graduação em Comunicação Social – Habilitação em Rádio e TV). Universidade Federal do Maranhão, São Luís, MA.

MONTEIRO, Márcio. Autônomos on-line: a produção musical independente do Maranhão no Portal Palco Mp3. In: **X Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste**, 2008, São Luís.

\_\_\_\_\_. Mp3-demonstrativo e a cauda longa da música independente: apontamentos sobre a circulação da música independente através da internet. In: **II Simpósio da ABCiber**, 2008, São Paulo.

PRESTES FILHO, Luis Carlos. (Org.). **Cadeia produtiva da economia da música**. Rio de Janeiro: Instituto Gênese, 2005.

SANTINI, Rose Marie. **Admirável chip novo: a música na era da internet**. Rio de Janeiro: E-Papers Serviços Editoriais, 2006.

SERRA, Vanessa. **MPM: panorama musical maranhense - Elementos para análise de uma produção fonográfica em São Luís do Maranhão**. 2007, 71 fs. Monografia (Graduação em Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo). Universidade Federal do Maranhão, São Luís.

SHUKER, Roy. **Vocabulário de música pop**. São Paulo: Hedra, 1999.

VAZ, Gil Nuno. **História da música independente**. São Paulo: Editora Brasiliense, 1988.