



UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA

FACULDADE DE COMUNICAÇÃO

**COMUNICAÇÃO COM HABILITAÇÃO EM PRODUÇÃO EM COMUNICAÇÃO E
CULTURA**

GABRIELE DE JESUS SILVA

**MEMORIAL DO PROJETO DE DOCUMENTÁRIO
“SOTEROPOLITANA E INDEPENDENTE: UM OLHAR SOBRE A
GESTÃO INTERNA DE BANDAS INDEPENDENTES DE SALVADOR”**

Salvador

2016.1

GABRIELE DE JESUS SILVA

**MEMORIAL DO PROJETO DE DOCUMENTÁRIO
“SOTEROPOLITANA E INDEPENDENTE: UM OLHAR SOBRE A
GESTÃO INTERNA DE BANDAS INDEPENDENTES DE SALVADOR”**

Memorial apresentado como Trabalho de Conclusão de Curso à Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia, como requisito parcial para obtenção de grau de bacharel em Comunicação com habilitação em produção em comunicação e cultura.

Orientador: Prof. Dr. Guilherme Maia

Salvador

2016.1

BANCA EXAMINADORA

Guilherme Maia de Jesus

Gleise Cristiane Ferreira de Oliveira

Washington José de Souza Filho

AGRADECIMENTOS

Agradeço aos meus pais, Ana Cristina e Marcelo, por me suportarem todos esses anos de minha existência e por terem me dado base para gostar muito de música. À minha tia Gil por zelar por mim e sempre me ajudar de alguma forma. Agradeço ao meu cachorro Ralf, minha gata Maia e meu gato Romeu, por aturarem meus monólogos.

Agradeço aos envolvidos em todos os processos de realização do projeto. Aos entrevistados pela disponibilidade e colaboração, aos meus amigos próximos que me deram apoio, com destaque para Luciano Marins e João Marcelo Cunha, que como sempre passaram horas me escutando desabafar, Caio Cardoso, que foi tirocnante da disciplina Comunicação e Ética quando fui aluna dela e que leu meu pré-projeto em 2015, Cristiano Oliveira, que conheci no Intercom Nordeste, em João Pessoa-PB, no ano 2014, na época orientando de Jeder Janotti Jr. e que me passou algumas referências para a elaboração do trabalho, Nathaly Gonçalves que disponibilizou uma das câmeras utilizadas para gravação, minhas *câmeras-girls* Letícia Moreira, Inajara Diz e Adele Audisio, à editora Michelle Chicharo, ao designer Vinicius Nascimento e ao Caio Jhonny, que em toda a formação da faculdade e até em eventos da Editora da Universidade Federal da Bahia que trabalhei deu aquele socorro para a equipe, principalmente nas questões técnicas.

Sou grata pela possibilidade de participar durante um ano e quatro meses da instância de extensão e pesquisa faconiana chamada Agência Experimental em Comunicação e Cultura. Ela foi fundamental em minha vida por todo crescimento acadêmico e humano que me proporcionou. Lembro dela sempre com muito carinho.

Agradeço ao José Roberto Severino, professor do qual fui aluna e que foi autor e tutor de alguns projetos nos quais trabalhei durante a graduação, que ensinou a fundo a importância do registro e memória dos saberes culturais e demais experiências dos seres humanos, e também que fez eu me aproximar de artistas invisíveis nas comunidades de Salvador e valorizá-los.

Agradeço ao Cláudio Cardoso, em minha época professor de Marketing Cultural e Comunicação Estratégica, disciplinas das quais participei como aluna e depois como monitora durante dois semestres. Fundamental reconhecer a importância do nosso modo de pensar estrategicamente e sempre nos desafiarmos a obter mais informações para driblarmos crises que nos apareça, saber lidar com as próprias ideias e conseguir realizar o que queremos. Com ele aprendi a pensar detalhes dando mais *expertise* aos meus projetos, sempre tentando solucionar com rapidez os obstáculos para que sejam concretizados, o que não foi diferente em meu TCC. Agradeço também por ter despertado o meu interesse em buscar informações sobre o sistema mercadológico a ponto de eu me tornar comunista, mesmo tendo aprendido tudo dentro da lógica capitalista.

Gratificante ter sido aluna do professor Jonicael Cedraz, mesmo sendo monitora de Comunicação Estratégica no mesmo horário, o que exigiu bastante correria. *Joni* é o professor comunista da Facom. Através da disciplina que ele leciona pude pesquisar o serviço terceirizado de segurança e limpeza da UFBA que é composto por mulheres, com direito a vídeos-entrevista e relatórios através de gráficos. Com certeza, foi Jonicael me fez ter atenção para toda lógica trabalhista dentro da Universidade e plantou em mim a crítica sobre a relação de trabalho até que, após sua disciplina, eu entrei no mercado de trabalho já com uma cabeça pensante e detonando tudo que eu vejo de exploração ao trabalhador.

Por fim, agradeço a mim, por ser uma pessoa que, mesmo falando que não aguenta mais, suporta até o fim e sustenta o trabalho dedicando cada emoção e lógica a ele. Por acreditar no que faço. Certa vez uma pessoa me disse “sonho grande, mas sou um grãozinho ainda nesse mundão, mas se der pra mudar meu bairro eu já ganhei bastante”. E é assim que eu, também um grãozinho, vou me realizando, aos poucos crescendo.

“Onde bate o coração dos santos, Pretos, vindos de outros cantos: ‘Carne fresca pro Seu Freguês!’. Ela finge andar como se manda, mas basta tocar a banda: joia! Ela se entrega de vez!”

(Soteropolitana, Banda Cascadura, álbum Aleluia)

Resumo

Este memorial retrata a elaboração do projeto de documentário chamado “Soteropolitana e Independente: um olhar sobre a gestão interna de bandas independentes de Salvador” que está sendo realizado no intuito de analisar a gestão interna de bandas independentes de Salvador, a fim de documentar dinamicamente através do vídeo, estabelecer reconhecimento, diagnosticar problemáticas e estimular a reflexão dos músicos sobre medidas mais eficazes de organização interna para alicerçar suas carreiras, assim, contribuindo para o desenvolvimento e documentação do momento que tange ao ano de 2016.

Palavras-Chave: Música Independente; Gestão de Carreira; Salvador; Documentário.

Abstract

This memorial depicts the preparation of the documentary film project "Soteropolitana and Independent: a look at the internal management of independent bands Salvador" being carried out in order to analyze the internal management of independent bands from Salvador to dynamically document by video, establish recognition, diagnose problems and stimulate reflection of the musicians on the most effective measures of internal organization to consolidate their careers, thus contributing to the development and documentation of the moment with respect to the year 2016 .

Keywords: Independent Music; Career Management; Savior; Documentary.

Lista de ilustrações

Figura 1: Marca do projeto “Soteropolitana e Independente: um olhar sobre a gestão interna de bandas independentes”	46
Figura 2: Capa para <i>Facebook</i>	46
Figura 3: Capa para <i>Facebook</i>	47
Figura 4: Capa para canal no <i>YouTube</i>	47
Figura 5: Banner.....	47
Figura 6: Cartaz.....	48
Figura 7: Panfleto.....	48
Figura 8: Elevador Lacerda – Cidade Baixa – Comércio	49
Figura 9: Show da Banda Squadro, no Centro Histórico de Salvador	50
Figura 10: recorte da Entrevista de Irmão Carlos para o documentário	50
Figura 11: Escrita de texto durante o vídeo.....	51
Figura 12: Tabuleiro Musiquim, ; início do surgimento do nome do documentário. na tela	51
Figura 13: Capa de DVD	52
Figura 14: Camisa pólo branca	53
Figura 15: Camisa branca masculina	53

Figura 16: Camisa <i>babylook</i> branca	54
Figura 17: Camisa masculina, cor preta	54
Figura 18: Camisa <i>babylook</i> preta	55
Figura 19: Palhetas para Instrumento de Cordas Personalizadas.....	55
Figura 20: Palhetas para Instrumento de Cordas Personalizadas.....	56

SUMÁRIO

PARTE 1: O DOCUMENTÁRIO NA TEORIA

1. Apresentação	11
2. Justificativa	13
3. Fundamentação Teórica e Processual.....	18

PARTE 2: PROJETO

1. O documentário na prática	25
1.1 Métodos de Análise.....	25
1.2 Roteiro e Filmagem	26
1.3 Participantes	27
1.3.1 Identificação dos participantes e Bandas	28
1.4 Entrevista	32
1.5 Equipe de Produção/Ficha Técnica	33
2. Análise <i>Swot</i>	35
3. Cronograma	37
4. Orçamento	39
5. Captação de recursos.....	
6. A Escolha do Nome.....	43
7. O Produto resultante do processo de elaboração do projeto.....	44
7.1 A Criação da Identidade Visual	45
7.2 A Elaboração do Trailer	48
7.3 Os Produtos Físicos	51
7.3.1 A recompensa	56
7.3.2 O <i>Press Kit</i>	56
7.3.3 O produto como representação	57

CONSIDERAÇÕES FINAIS	58
-----------------------------------	-----------

REFERÊNCIAS.....	61
-------------------------	-----------

APÊNDICE 1.....	66
------------------------	-----------

PARTE 1: O DOCUMENTÁRIO NA TEORIA

1. Apresentação

O trabalho em questão refere-se à apresentação do projeto de documentário incluindo todo o processo de conceituação, justificativa, captação de recursos, estratégias de ação, plano de circulação da exibição, criação de identidade visual, plano comunicacional, planilha orçamentária, plano de cotas em relação aos investimentos, cronograma e *press kit* (contendo camisa e palheta personalizadas, release e trailer) como produto resultado de parcela do desenvolvimento do projeto, que será utilizado para diálogo com a imprensa e como recompensa para os colaboradores via financiamento coletivo.

As gravações do documentário “Soteropolitana e Independente: um olhar sobre a gestão interna de bandas independentes de Salvador” foram iniciadas no final de agosto de 2016. Contendo caráter analítico e reflexivo sobre as bandas independentes de Salvador, com o objetivo de tratar sobre a importância da organização e planejamento que caracterizam a gestão de carreira, de modo a mostrar o quão é essencial estratégias para o avanço desta, seu argumento é alicerçado através de entrevistas com músicos e produtores convidados e vídeos de contextualização.

O trabalho retrata a gestão interna de bandas independentes, em bandas da cidade de Salvador, ou seja, o convívio entre os integrantes, os shows, ensaios e gravações, a fim de observar e provocar a reflexão sobre a vivência e a gestão em relação ao cenário atual. Os participantes do meu trabalho são os integrantes das bandas independentes e, em alguns casos, o produtor que os auxilia. A dinâmica interna de gestão destes grupos é o foco. Agregado a isso, participam também produtores musicais – que normalmente coordenam estúdios – e os agentes culturais (também chamados de agitadores, os que estão promovendo ações visando contribuir com a cena). Os músicos que participam foram escolhidos por critérios que correspondem a questões-chaves do que o tema do produto pretende abordar e mediante as distintas experiências que tenham. Nesse caso, a quantidade de público formado é um fator considerado, pois normalmente é uma das principais metas dos

músicos e tratada como consequência de um trabalho de organização, e também álbuns gravados, quantidade de shows em lugares distintos, dentre outros fatores que são ligados à expansão da banda, sinalizando que não há hierarquia, mas, sim, uma divisão mediante a mais ou menos experiência em relação ao assunto.

Os músicos independentes são o principal público alvo, isso inclui os próprios entrevistados, além deles, estudantes de produção cultural comunicação e administração, produtores de estúdio e de banda, donos de casas de show, público consumidor de música independente e gestores culturais.

Para maior dinâmica, o projeto foi destinado à linguagem audiovisual, mais especificamente um documentário, entendendo a sua importância como registro temporal, imagético e detalhista. Por integrarem a realidade dos participantes, temas como produtores e agentes da área, o cenário musical, o público e equipamentos culturais são abordados e podem ser considerados subtemas, uma vez que, são assuntos discutidos frequentemente quando se trata de estratégias e contatos para a manutenção do trabalho deles.

A fim de embasar o memorial em torno da temática abordada no documentário e elaborar perguntas para as entrevistas, busquei fontes que tratem de gestão¹ de carreira que não focam em uma organização empresarial, tendo em vista o modo distinto que a carreira em uma empresa e a independente desta é construída. Assim, através de referências de Administração, trago especialmente um artigo, resultado de uma pesquisa de dissertação de mestrado, elaborada por Adriano Batista Alves, intitulado “Um Estudo Sobre a Jornada Profissional do Artista e as Teorias de Carreira”, no qual encontrei modelos de carreiras distintos dos chamados tradicionais e que se pautam em organizações de empresas. Através dele, apresento algumas características de carreira proteana² como um modelo distinto dos de carreira tradicional e que se enquadra na perspectiva da carreira de um artista.

Apresento, de forma a exemplificar a gestão no mundo artístico, a coletânea de artigos denominada “Nas bordas e fora do *mainstream*: Novas tendências da música

¹ Utilizado como sinônimo de administração, gestão implica na organização objetivando o crescimento positivo de uma instituição ou pessoa

²Nome que se dá em referência à mitologia grega onde Proteus era o deus do mar e mudava sua forma para cada situação (ALVES, 2012)

independente no início do século XXI”(2011), organizada por Micael Herschmann. Nela pode-se ter noção da gestão interna e a organização de bandas e grupos em diversos cenários que são retratados. São pontuados alguns desdobramentos, situações específicas de ações que deram certo em um ambiente que a princípio não se demonstrava favorável. Tais detalhes serviram de embasamento para a criação das entrevistas e também para a comparação da postura adotada dos atores culturais e incitar a reflexão.

São destacadas também definições propostas por Raymond Williams(1979), tomadas como alicerce e encaminhamento sobre o modo de experiência e o estudo de algo que não é palpável nem fixo, tratando-se de um contexto que é permanentemente contingenciado por modificações sociais, econômicas, políticas e culturais. É apresentada também a noção de cena musical, que engloba as práticas musicais e constantes transformações em determinado espaço e que será tratada, principalmente, através dos estudos de Jeder Janotti Junior – músico, professor e pesquisador da área da Comunicação, com vários artigos e livros publicados sobre a música popular massiva.

Sendo assim, o projeto de documentário que apresento tem como finalidade documentar a situação de músicos independentes no cenário soteropolitano com determinado corte temporal para que haja registro desta época e reconhecimento acerca da produção de música independente local para, com isso, criar reflexão sobre os parâmetros que envolvem a realidade musical e de produção na qual as bandas estão inseridas e provocar o pensamento sobre medidas mais eficazes de gestão interna, reorganização e união das bandas independentes.

2. Justificativa

A escolha por realizar esse projeto partiu da observação interna, quando convivi em meio a uma banda, e externa, por acompanhar diversas bandas e a organização para realizar suas atividades. Em diversos diálogos com integrantes da cena musical questioneei algumas circunstâncias como, por exemplo, se as bandas independentes de Salvador se organizam para debater sobre o cenário, criar eventos e discutir as situações ocorridas com elas.

Logo, por ter um olhar mediado pelos conhecimentos de produção cultural e comunicação estratégica que me permitiu desenvolver algumas análises pessoais sobre as medidas que as bandas tomavam, decidi desenvolver um trabalho que pautasse estas ações realizadas pelos atores da cena e, não menos importante, para que haja maior aproximação do espectador com o tema, há o cuidado de músicos falarem para músicos, no caso, um projeto de documentário que se empenha em o músico ser o protagonista falando para o seu semelhante.

Diante dessa preocupação pretendi trazer a voz destas pessoas discorrendo sobre o cenário, sobre as dificuldades e sobre de que forma se organizam, a fim de lidar diariamente com a carreira de músico independente. Tenho ciência de que poderia desenvolver um trabalho escrito ou um documentário no qual eu poderia sugerir a mesma ideia sem precisar da participação dos entrevistados, mas compreendo que faz mais sentido um músico escutar o outro e refletir sobre sua fala do que uma pessoa de fora. Sendo assim, acredito que a recepção seja mais eficaz quando o emissor compartilha das mesmas condições que o receptor.

Foi decidido que haverá a sessão de debate após a exibição do filme pois foi notada a importância de criar a oportunidade para o público dialogar pessoalmente sobre o tema. Este momento também caracteriza e possibilita a apresentação do fundamento acadêmico do projeto e determinados estudos sobre gestão de carreira que se enquadram na prática diária de um profissional independente.

Por proximidade com os atores do cenário musical independente de Salvador e também pela vivência nesse nicho de forma profissional e hábito de consumo pessoal, há significado individual em contribuir com o documento e desenvolvimento desse setor. A documentação é feita a partir do registro desses artistas e das circunstâncias que eles vivem diariamente na busca de desenvolver seu trabalho em Salvador.

Delimitei o meu estudo à Salvador, pois ele parte da premissa de que busco contribuir para algo local e numa situação a qual também me sinto parte efetiva. Vem de questionamentos primordiais como, por exemplo, “porque as bandas frequentemente saem daqui para tentar fazer sucesso em São Paulo, antes mesmo de formarem um público abrangente aqui?”. A partir de perguntas que normalmente

são norteadas de “aqui”, percebi o teor local e a importância da definição de cena musical. Logo, Salvador é o cenário em questão, é um espaço constituído de aspectos culturais, econômicos, turísticos, sociais, políticos e musicais específicos e que contingencia a realidade de bandas que se formam dentro dele.

Mesmo sabendo que Salvador é um território extenso, não pretendi determinar um recorte dentro da cidade, pois a ideia é atingir bandas independentes, não importando o gênero nem localização dentro da capital baiana, até porque uma das questões abordadas é o músico se expandir na cidade para além dos eixos de concentração de apresentações do nicho e também por o essencial ser que as bandas se sintam identificadas enquanto um grupo que vivencia as experiências retratadas e se posiciona estrategicamente no intuito de se inserir na construção de um mercado de música independente.

Trato de utilizar o documentário, pois é adequado ao registro, uma vez que é o tipo de filme com maior caráter de representação do real e de transmissão de informações, além de permitir uma dinâmica de montagem e edição na qual o mais importante é o alicerce do argumento e não uma narrativa lógica e linear. Além disso, a estética é construída a fim de atrair o espectador (não negando a efetividade de outros tipos de filmes, mas relevando essa característica fortemente encontrada na linguagem documental). Pensando na recepção pelo público-alvo já citado, é mais interessante abordar o assunto com mais agilidade, o que implica em filmagens feitas por mais de um ângulo e frequência de cortes em pouco espaço de tempo, e sem perder informações ao apresentar ao público o próprio entrevistado falando, com sua forma de expressão corporal e tonalidade de voz.

A busca pela contribuição para o desenvolvimento dos artistas musicais independentes é justamente explicada através da tentativa de estimular a reflexão sobre os processos de gestão interna de cada grupo, que é distinta entre eles, mas que compartilham de um mesmo meio-ambiente cultural, no qual se encontram alguns reveses como, por exemplo, a concentração da movimentação musical independente em determinados polos (Rio Vermelho e Pelourinho), a acessibilidade do público aos locais de show vs. horário e a relação entre o valor cobrado por algumas casas de shows e o público pagante.

A inclinação para essa realização é ainda mais impulsionada ao constatar que são razoavelmente escassas as produções audiovisuais relacionadas às bandas independentes de Salvador que abordam o tema relacionado à administração interna, planejamento e solução de problemas, além de obter dos entrevistados seu ponto de vista, suas experiências e com intuito de causar discussões construtivas entre os atores da cena.

Pretendo, com a realização do projeto, contribuir para o desenvolvimento e a dinâmica do cenário, através da fala de músicos inseridos em determinado contexto, considerando o indivíduo inserido em um meio em desenvolvimento contínuo, como sugerem os estudos de Raymond Williams sobre contextualização do discurso (1979), e conseqüentemente inserir a produção acadêmica na sociedade, bem como colaborar com o trabalho das bandas e artistas independentes, motivar o reconhecimento dos músicos da cena local e a reflexão geral acerca da autogestão das bandas diante do cenário soteropolitano contemporâneo.

Logo, a importância do trabalho refere-se tanto ao registro do período quanto a reflexão a respeito da organização dos atores culturais diante a situação do cenário. Ao assistir, espera-se que os espectadores – tanto os participantes diretos do documentário como também os demais – se reconheçam como parte de algo e saibam de sua própria contribuição para a cena. Espera-se também que, ao observar as ações internas das bandas em relação à gestão, o público reflita sobre melhores possibilidades de como se autogerir e seja bastante crítico em relação às suas ações de planejamento.

Ao pesquisar a existência de trabalhos anteriores que tratam sobre gestão e os personagens da cena musical independente da cidade de Salvador não encontrei muitas fontes. Há trabalhos que apresentam o cenário musical soteropolitano, alguns com enfoque nos gêneros musicais, como o axé e o heavy metal³, outros retratando casas de show ou bairro específico (muitas vezes sobre o Rio Vermelho), e ainda os documentários “Efeito Bogary” e “Aleluia”, ambos da banda soteropolitana Cascadura, que foram produzidos especificamente para abordar a construção dos álbuns

³ Segundo Leão (1997), “a receita simples para se definir o heavy metal para os menos inteirados no lance é: pegue um bom riff de guitarra, adicione peso com baixo e bateria e acrescente um vocal forte ou gritado. Presto! Aí está uma banda de heavy metal básica”. Ele sinaliza ainda que o Heavy metal, antes de ser música é atitude e estilo de vida.

chamados “Bogary” e “Aleluia”, respectivamente. Apesar de muitos tratarem sobre a estrutura musical soteropolitana, envolvendo casas de shows, suporte técnico, apresentação de algumas bandas independentes da cena e pontuar os problemas existentes, há determinada peculiaridade no projeto em questão por ter uma característica mais interna e administrativa.

Tenho como referência o trabalho de conclusão de curso do Leonardo Sá, chamado “Frente e Verso: a música e a rotina de cinco bandas do rock baiano”, apresentado em 2006, que enquadra a rotina e a música de tais bandas de rock na Bahia. Contudo, há distinção em relação à linguagem utilizada, pois o trabalho foi designado a uma revista e não tinha como foco a organização interna, assim como também os vídeos do programa “Mê De Música”, disponibilizados no *YouTube*, que têm foco maior na história e nos espaços que abrigam os eventos.

O programa “Lá em Casa Sessions”, dirigido por Glauco Neves, também é um referencial, principalmente em relação à montagem e edição, além de divulgar o trabalho de músicos e trazer o reconhecimento de sua história ao público. Dirigido também por Neves, o programa “Um Take, Um Som” apresenta entrevistas referenciais para o trabalho, mesmo que não busque através dela a reflexão sobre o tema que o “Soteropolitana e Independente” procura incitar.

O documentário “Profissão: Músico” – produzido por integrantes do projeto CCOMA (um duo de *Jazz* instrumental contemporâneo que une tambores à música produzida eletronicamente e o raro *hangdrum* ao trompete para criar o que tem sido chamado de *Future Jazz*) e pelo cineasta colombiano Daniel Vargas –, é o que mais se aproxima da temática deste trabalho, embora tenha um caráter mais geral, não se atendo a um contexto específico e recorte espacial.

Após a busca de referências de argumentos e estéticas de documentário e a decisão de como será realizado o projeto, como parte essencial para o desenvolvimento do trabalho e como comprovação de andamento, foi elaborado um trailer. As filmagens dele foram definidas de 02 a 07 de setembro visando a organização da equipe técnica e a abordagem e conciliação de disponibilidade dos entrevistados. Também foi criada uma identidade visual por entender a importância de se ter uma comunicação visual que torne o projeto apresentável.

Por fim, o presente trabalho tem um teor singular quando se pensa no modo como será abordado o tema, principalmente, em relação ao foco temático (gestão interna de bandas) com recorte na cidade de Salvador. A proximidade do meu objeto e dos personagens os quais irei abordar com a minha realidade enquanto estudante de produção e consumidora de música independente de Salvador, bem como o meu distanciamento crítico proporcionado pelo viés acadêmico a ser discutido entre os atores da cena, traduz a viabilidade e o engajamento profissional necessário para a realização do projeto.

3. Fundamentação Teórica e Processual

Em termos de recorte tanto espacial quanto temporal e, principalmente, cultural, político, social e econômico, considerado o fato de utilizar o termo “atual” e afins ao decorrer de sua produção, o mesmo não afetando a atenção especial às transformações e desenvolvimento simultâneos que perpassam durante a elaboração do projeto, trato, assim, de ser convicta com os ponderamentos a respeito das constantes mudanças que ocorrem no âmbito da cena musical por diversos fatores.

O ponderamento, via de regra, pode ser fundamentado através da estrutura de sentimento, conceituada pelo teórico Raymond Williams, no livro “Marxismo e Literatura”, que pontua o fato de as transformações humanas serem constantes e imediatas. Neste caso, considera-se que o cenário musical independente esteja sempre em modificação e, segundo Williams, esta é a barreira mais forte ao reconhecimento da atividade cultural, pois ao analisarmos algo que está em constante alteração lidamos com instabilidades. Sendo assim, essa dinâmica demanda maior cuidado ao determinar afirmações. Contudo, observa que ao notar o predomínio desta característica imediatista, é possível examinar e compreender a separação do social (WILLIAMS, 1979) que refere-se ao que já foi formado, algo que já é convencionalizado social e culturalmente, porém não se deve entender como somente fixo, que condiz ao agora e sem ser considerado um produto definidor, pois ele é mutável, subjetivo, ou seja, há fatores já convencionalizados que caracterizam um ambiente mesmo este sendo condicionado à constantes modificações.

Importante ressaltar as *modificações nas estruturas de pensamento* que levam a considerar o período o qual será registrado (geração, momento) como resultado de constantes mutações, porém, ainda apresentando características substanciais do que já se foi vivido, como foi fundamentado anteriormente. As modificações nas estruturas de sentimento ainda carregam em si a característica de aproximação e experimentalismo. Trata-se de viver a situação e não só falar sobre um ocorrido observado de fora, também explicado pela definição de estrutura de experiência, logo a importância de minha vivência neste nicho e de dar a voz aos atores deste cenário.

Por trabalhar especificamente com músicos independentes, faz-se necessário uma distinção, mesmo que breve, do que não seria o “independente”, no caso, o que podemos chamar de *mainstream*, que significa “corrente principal” e muitos autores e atores das áreas de arte designam ao que é comum e familiar às massas (ADORNO e HORKHEIMER,1947) e tem laços comerciais coordenados pelos chamados *majors*⁴.

Necessário também pontuar a questão da nomenclatura *indie* – abreviação utilizada para independente –, que hoje também é associada como gênero musical, pois no presente trabalho abordarei como uma classificação a partir da organização do mercado cultural. Logo, acho conveniente a implicação do Micael Herschmann em seu trabalho “Nas Bordas e Fora do *Mainstream* Musical: Novas tendências da música independente no início do século XXI” (2011), ao trazer a seguinte observação de Blanquez e Freire (2004):

Dar conta do que é ser “independente” no mundo da música é ir além do debate que envolve *indies* e *majors*. *Indie* é um estado mental, não é necessariamente um som particular ou uma atitude concreta (...). A validade de uma proposta se mede exclusivamente em função de seus valores estéticos, de seu significado pontual em um momento concreto, em um contexto histórico e cultural bem delimitado (2004 *apud* HERSCHMANN, 2011).

Para esclarecer e embasar o documentário em relação ao tema gestão, procurei ser fiel às características que o músico enfrenta em relação à construção da carreira. Diante disso, busquei modelos que não fossem o da carreira tradicional, uma

⁴Sua tradução designa à principal (*major*) ou maioria (*majors*). No universo da música a palavra *majors* refere-se as empresas grandes e influentes do mercado musical.

vez que não retrata de fato a realidade do artista. A mudança do modelo de carreira tradicional já havia sido proposta pelo teórico cultural e sociólogo Stuart Hall(1976), segundo Guilherme Andrade, que apresenta em seu trabalho a afirmação seguinte em detrimento do argumento de Hall:

O principal objetivo de uma carreira é o sucesso psicológico do indivíduo, um sentimento de orgulho e a realização pessoal por alcançar seus objetivos de vida, felicidade familiar e paz interior, dentre outros, em contraposição à perspectiva tradicional de sucesso que buscava a escalada dos níveis hierárquicos em uma organização. (ANDRADE, 2009, p. 22).

Ao me dispor a conhecer as formas de gestão interna, busquei, portanto, algumas iniciativas gerais de gestão que por vivência, observação e leitura já me deparei. Alves (2005), no artigo “Um Estudo Sobre a Jornada Profissional do Artista e as Teorias de Carreira”, destaca que ao trabalhar com carreira de artistas percebeu suas singularidades e dissociações das carreiras profissionais que normalmente encontramos nos livros de administração das livrarias, que geralmente tratam de carreiras dentro de uma empresa. Sendo assim, firmo com a ressalva do autor sobre a definição de carreira, que ele trará de Hall (1976), como “uma sequência de atitudes e comportamentos, associados com experiências e atividades relacionadas ao trabalho, durante o período de vida de uma pessoa” (1976 *apud* Alves, 2005) e ainda retrata que carreira se associou mais à atividade profissional de um indivíduo ao longo da Segunda Guerra Mundial.

Em detrimento dessa distinção dos modelos de carreira, relaciono a gestão interna dos grupos independentes, principalmente, com aquilo que Alves (2012) chama de “carreira proteana”. Segundo o autor, este modelo de carreira tem a satisfação pessoal como a principal orientação de motivação e busca profissional. Apesar de também ser voltada a princípio para o desenvolvimento das carreiras na esfera organizacional, esse modelo se desenvolve dentro de um cenário de instabilidade e tem como características definidoras a autonomia, a habilidade para ampliação de conhecimento, o redirecionamento da carreira e da vida, mudanças frequentes, planejamento sob incertezas e *networking*, sendo estas algumas características que norteiam a organização da carreira de um músico.

Guilherme Andrade traz em seu trabalho chamado “Carreira tradicional versus carreira proteana: um estudo comparativo sobre a satisfação com a profissão, carreira

e emprego” apresentações de características da carreira proteana em comparação ao de carreira tradicional e um dos quadros de destaque esclarecedor é o formado através da perspectiva de McDonald, Brown e Bradley (2004) que aborda a seguinte comparação:

Área	Carreira Tradicional	Carreira Proteana
Desenvolvimento	Mobilidade geográfica, treinamento formal e objetivos de longo prazo.	Aprendizado contínuo, envolvimento em projetos – chave.
Orientação para o empregado	Valoriza e serve a organização.	Autonomia, responsabilidade pessoal e auto-focada.
Definição do sucesso no ambiente organizacional	Relacionamento com a organização é importante, fornece possibilidade de crescimento, lealdade e comprometimento.	O fundamental é a tarefa e não o relacionamento com a organização; isso promove a intensificação de oportunidades, habilidades/conhecimentos

Fonte: Andrade, 2009, *apud* McDonald, Brown e Bradley, 2004.

Logo, a carreira proteana está ligada intrinsecamente à responsabilidade autônoma do indivíduo e a relação com o crescimento não é pautada pela hierarquia de um cargo, mas, sim, de realizações dos seus projetos, como Andrade (2009, p.25) ressalta: “A carreira proteana é um processo em que a pessoa, e não a organização, está gerenciando”.

Outro modelo, apresentado por Alves (2005), tão importante quanto o de carreira proteana, é o de “carreira sem fronteiras”. Embora seja um modelo aplicado a formas de gestão empresarial, apresenta vários tipos e possibilidades de carreira que ultrapassam os limites de desenvolvimento de competências, aprendizado e posições colocados pelo mercado de trabalho. Os pontos fundamentais deste modelo são as estratégias de manutenção da carreira. O autor em questão cita Dutra (2002) a fim de desenvolver os passos relevantes para a construção de um projeto profissional que envolve autoconhecimento, conhecimento do mercado, objetivos da carreira, estratégias da carreira, plano de ação e acompanhamento do plano, passos que dependem de quatro pilares afirmados por London e Stumph (1989), referenciados por Alves (2012), como a avaliação de qualidades, interesses e potencial, os objetivos de carreira baseados na autoavaliação e na avaliação de oportunidades do mercado e a implementação do plano de carreira através da obtenção da capacitação e experiências profissionais para aumento da competitividade e atingir as metas.

Observam-se exemplos efetivos da ação de planejamento de grupos independentes através da coletânea “Nas bordas e fora do *mainstream*: Novas tendências da música independente no início do século XXI” (2011), organizada por Micael Herschmann. George Yúdice destaca, em seu artigo sobre autogestão⁵ na indústria da música, inserido no trabalho de Herschmann, o encolhimento do mercado tradicional (venda de CDs) e ressalta o desafio que é o intercâmbio de fonogramas na Internet, novos modelos de negócio realizados na Internet ou com a música ao vivo dos quais a grande indústria quer evidentemente se apropriar e o crescimento da venda de música online – mas, sinaliza que “em 2009 e 2010, a taxa de crescimento das vendas online desacelerou, enquanto o mercado encolheu 9% anualmente” (YÚDICE, 2011).

Ainda sobre o artigo de Yúdice, pontuo aqui o estudo feito sobre a lógica de negócio do *huayno pop* na América Latina, com destaque no Andes, que muitos outros setores também emergentes de música praticam e que fomenta a discussão entre o

⁵ É a administração de um organismo pelos seus participantes, em regime de democracia direta. Em autogestão, não há a figura do patrão, mas todos os empregados participam das decisões administrativas em igualdade de condições. Em geral, os trabalhadores são os proprietários da empresa autogestionada.

comércio ilegal vs. o comércio informal – a distribuição do que Hermano Vianna chama de “música paralela” – que auxilia a divulgação do trabalho das bandas:

A popularidade dos músicos ajuda a vender CDs e DVDs que operam totalmente fora do regime de direitos autorais. Enquanto há uma pirataria generalizada de música e filmes estrangeiros (a taxa de pirataria é de 98%; quase todas as lojas de música e grandes locadoras de filmes como, por exemplo, a Blockbuster, saíram do negócio), a reprodução e distribuição de CDs e DVDs de música andina não é exatamente ilegal: na realidade, os produtores negociam diretamente com os agentes que realizam as cópias (muitos dos quais também são camelôs), contratando-os. Os músicos ganham muito pouco com os fonogramas gravados (os preços dos CDs são muito baixos, cerca de 60 centavos de dólar) e os vários intermediários – produtor, copiador e o camelô/ vendedor – ficam com quase todo o lucro; mas eles funcionam mais especificamente para a promoção do cardápio principal que são os concertos, onde propriamente os artistas realizam a maioria dos seus ganhos. (Yúdice, 2011, p. 27)

Atentando para a organização interna das bandas, consequentemente lido com as adversidades que ocorrem, as situações tensas e entro em contato com estúdios de ensaio e de gravação, casas de shows, produtores culturais e musicais. Provavelmente um dos pontos a serem destacados seja a comercialização do trabalho elaborado pelas também independentes gravadoras. Yúdice (2011) aponta que quanto mais um mercado musical é desenvolvido pelas *majors*, mais difícil fica para as empresas verdadeiramente independentes realizar seu comércio, situação com a qual os músicos não ligados ao *mainstream* vivem durante bastante tempo e é um dos fatores para se elaborar estratégias de divulgação do produto. Portanto, uma situação que necessita de caráter gestor de organização interna e estratégias de produção e comunicação.

As referências deste trabalho se estendem também para os estudos desenvolvidos pelo pesquisador Jeder Janotti, que discute sobre cenários musicais, uma vez que ele aborda determinada definição de cena que se adequa ao projeto. Segundo Janotti (2012), a ideia de cena musical é utilizada para materializar o vínculo entre os desdobramentos sociais, econômicos e afetivos que se ligam ao consumo musical em um determinado espaço:

Podemos perceber cena como uma maneira de entender o modo como práticas musicais específicas ocupam o espaço urbano e passam a ser foco de processos sociais que envolvem produção,

consumo e circulação da música nas cidades. (JANOTTI, 2012, p. 114).

O modelo estético adotado em relação a filmagem do documentário, assemelha-se ao documentário “Artifact”, que conta a história da banda americana *30 Seconds To Mars* ao ser processada judicialmente por uma gravadora milionária e ao mesmo tempo estar em estúdio produzindo o novo álbum. O estilo já havia sido pensado anteriormente de me deparar com esta produção, mas ela veio me situar quanto ao roteiro de filmagem. Obviamente é destoante tanto a produção deste documentário quanto a característica dos participantes, pois a mesma já é famosa, tem uma carreira consolidada e agrega milhões de fãs, ou seja, a referência tem bases específicas em relação à ideia de filmagem interna de uma banda e sua dificuldade, além do roteiro.

Destoa também o fato de a produção que pretendo realizar ser mais natural, ter como base tanto o cotidiano e o se integrar ao cenário de filmagem para que os personagens se sintam bem diante da câmera, quanto a utilização de entrevistas para melhor direcionamento da proposta. Desta forma, posso integrar aqui outros dois exemplos que conheci após a idealização, sendo que o documentário “Eu toco Rock "N" Roll” é um dos que mais me interessei pela forma de abordagem das entrevistas que é a característica que utilizarei, o documentário “Vermelho”, elaborado por Bruna Cook, que aborda a dinâmica musical e cultural do bairro Rio Vermelho, em Salvador, além dos já citados “Lá em Casa Session”, “Um Take, Um Som” e ‘Profissão: Músico”.

Os participantes convidados e seus discursos serão a base da montagem do documentário que não necessariamente apresenta uma ordem cronológica, mas, sim, a ordem de discursos, a fim de alicerçar o argumento, como sugere Bill Nichols (2005) quando diz que,

Os personagens, ou atores sociais, podem ir e vir, proporcionando informações, dando testemunho, oferecendo provas. Lugares e coisas podem aparecer e desaparecer, conforme vão sendo exibidos para sustentar o ponto de vista ou perspectiva do filme (NICHOLS, 2005, p.56).

Para a realização do documentário utilizarei o método de montagem de evidência (NICHOLS, 2005), que visa a organização das ações dentro de uma cena de modo que apresente um argumento sustentado por uma lógica, sendo esta estabelecida através da *voz do documentário*.

PARTE 2: PROJETO

1. O Documentário na Prática

1.1 Métodos de Análise

O trabalho apresenta características de uma pesquisa exploratória e descritiva, pois irei abordar um campo de forma específica objetivando desenvolver ideias e apresentarei os aspectos do que será estudado. Trata-se justamente de sondar, através de filmagens do comportamento e ações de determinadas bandas, e entrevistar atores participantes desse campo a respeito de como se planejam, como se gerem internamente pensando na dinâmica com a cena musical, sendo assim necessária a descrição de seus atos em detrimento das situações. Assim, meu empenho se respalda em uma pesquisa qualitativa em proveniente da observação da experiência de grupos, interações comunicacionais, trabalho em campo e consideração do contexto no qual se trabalha (BANKS, 2009, p. 08).

As entrevistas em questão surgiram a partir de perguntas pré-elaboradas para melhor encaminhamento, porém, também são abertas para que pudessem surgir outras considerações que fossem importantes, não deixando, contudo, que a essência da entrevista se perdesse e que determinasse a organização do argumento do documentário. Não tange os padrões nos quais a entrevistadora aparece e as perguntas foram enviadas anteriormente para os entrevistados. Pretendi manter um arquétipo de perguntas gerais para todos os entrevistados para que haja balanço de ocorrências e atitudes que são tomadas, bem como forma de pensar a respeito de um mesmo tema. Ademais, surgem também perguntas mais específicas se tratando de pessoas com distintas competências (por exemplo, há perguntas que posso obter informações mais contextualizadas ao direcioná-las a produtores musicais. Contudo, há outras que enriquecem o trabalho ao serem feitas aos músicos).

Trata-se de uma pesquisa explicitamente de campo na qual precisei me dispor para estar presente em ensaios, shows, gravações, reuniões e demais atividades desenvolvidas coletivamente, ou não, de forma a capturar a essência e a realidade imediatamente. Sendo assim, lidei pessoalmente tanto com os integrantes imersos no documentário, como, também, com o público alvo pra quem à primeira vista produzo o projeto. Como diz Marcus Banks, em seu livro “Dados Visuais para Pesquisa Qualitativa” (2009),

Os pesquisadores em si, são uma parte importante do processo de pesquisa, seja em termos de sua própria presença pessoal na condição de pesquisadores, seja em termos de suas experiências no campo e com a capacidade de reflexão que trazem ao todo, como membros do campo que se está estudando (BANKS, 2009, p. 09).

Para reflexão sobre o trabalho expus a ideia para algumas pessoas atuantes no cenário, a exemplo de Itálo Coslop (Squadro), o músico e compositor Dimazz (que segue em carreira solo, mas também tocou na banda Lily Braun) pessoas da área acadêmica de produção cultural como Luciano Marins (estudante de produção cultural), Inajara Diz (produtora cultural e atua com produtos audiovisuais) e Cristiano Oliveira, que foi orientando de Jeder Janotti e conheci no Intercom Nordeste, em 2014.

1.2 Roteiro e Filmagem

A reunião das informações foram iniciadas através de entrevistas filmadas com câmera profissional Sony Z7 HDV, Canon T3l, Canon 70D e uma Canon XS 40, além de filmagens anteriores cedidas pelos próprios entrevistados. Através das falas dos participantes é desenvolvido e organizado o argumento do documentário, assim como sugere Nichols (2005, p.73): “A voz do documentário é a maneira especial de expressar um argumento ou uma perspectiva”. Levando em consideração que a voz fala por intermédio de todos os meios disponíveis (NICOHLS, 2005), são utilizadas imagens de shows, ensaios e demais situações cotidianas, além de legendas informativas, a fim de contextualizar, ilustrar e tornar mais dinâmica a leitura do documentário.

Para a produção do trailer, houve a solicitação prévia da câmera da Faculdade de Comunicação da UFBA, contudo, após duas utilizações em entrevistas, a câmera se mostrou pouco efetiva em relação à qualidade e logística de mobilidade, assim, passou a ser utilizada com mais frequência as demais câmeras citadas anteriormente. A partir disso, foram marcados os dias de filmagem iniciais do documentário para previamente ser construído o *trailer* exibido no dia da banca de exame do trabalho de conclusão de curso. Para as entrevistas, os diálogos com os selecionados a serem entrevistados foram iniciados anteriormente para que conheçam a ideia do projeto, além de receberem uma carta de apresentação em arquivo PDF contendo o resumo e especificidades do trabalho e o meu currículo. Após concederem informalmente a participação, adotei como procedimento a assinatura de um termo oficial para documentar em escrito a permissão de utilização da imagem e a solicitação em gravação para que confirmassem a permissão do uso.

O procedimento de produção segue as datas estabelecidas no cronograma que consta neste trabalho de conclusão de curso com o objetivo de ser apresentado à banca avaliadora em outubro de 2016 e foi construído a partir da disponibilidade da equipe que foi estabelecida e das pessoas a serem entrevistadas.

1.3 Participantes

O método de escolha dos participantes deu-se de acordo com elementos-chaves de roteiro e abordagem de tema. Por ser importante contextualizar em termos de cenário e tempo, apresento no documentário falas de Irmão Carlos, músico, produtor musical e gestor de espaço cultural e Rogério Big Bross, produtor musical e agitador cultural. Ainda em relação à contextualização e experiência enquanto músico, pretendo abordar o Thiago Trad, baterista por 15 anos da extinta Banda Cascadura e do Bailinho de Quinta ainda em atuação e mentor e realizador do projeto Bahia Experimental, por ter a experiência enquanto músico de uma banda que atravessou duas gerações e ter determinada sensibilidade para as expressões musicais na Bahia. O olhar destes também implica na visão sobre os mais novos músicos independentes de Salvador, podendo, assim, aparecer críticas necessárias referentes à organização interna de uma banda com formação recente e/ou entre bandas com formação recente, inseridas no mesmo cenário.

Por pretender trazer pretendo bandas com distintas experiências e distintos graus de reconhecimento, adotei os critério a seguir para a escolha das participantes:

- Notabilidade perante o público e seguidores/fãs como diferencial. Averiguando o fato de ser resultado de um trabalho de articulação interna que demanda estratégias comunicacionais, de produto, de imagem, de relacionamento e que essas logísticas estão inseridas no fator gestão.
- Quantidade de material disponibilizado (EP, single, CD);
- Se há atuação frequente da banda em Salvador em 2016 (ano da produção do filme);
- Se trabalham com músicas autorais.

A escolha é desvinculada de qualquer fator pessoal de gosto, sendo o caso de algumas bandas serem conhecidas e averiguadas especificamente para a participação no projeto, e que todas foram assistidas ao vivo para, enfim, serem de fato selecionadas. Seguindo esses critérios, foram essas as bandas selecionadas para as entrevistas:

1. Scambo⁶
2. Tabuleiro Musiquim⁷
3. LoHan⁸
4. Squadro⁹

⁶Disponível em: <<https://www.facebook.com/Scambo-184578071586991/?fref=ts>>

⁷Disponível em: <<https://www.facebook.com/tabuleiromusiquim?fref=ts>>

⁸Disponível em: <<https://www.facebook.com/lohanband/?fref=ts>>

⁹Disponível em: <<https://www.facebook.com/bandasquadro/?fref=ts>>

5. Zé Chico Bolo Doido¹⁰
6. Bagum¹¹

1.3.1 Identificação dos participantes e Bandas

Por mais que eu já tenha conhecimento dos feitos dos participantes escolhidos, faz-se necessário expor no memorial e no projeto do documentário breve apresentação sobre os participantes para que o leitor também tenha ciência sobre quem são os escolhidos. Sendo assim, pesquisei na internet apresentações já concluídas que são utilizadas para divulgar o trabalho, resumindo de forma a destacando aqui detalhes que interferem nos critérios de escolha.

Irmão Carlos

Irmão Carlos é um músico, produtor, gestor e agitador ativo no cenário de Salvador. Gestor do Espaço Cultural Dona Neuza, localizado no final de linha do bairro Marback, dono e produtor musical do Estúdio Caverna do Som, no qual bandas ensaiam e fazem gravações, é mentor e vocalista da banda Irmão Carlos e o Catado e, em 2016, lançou o seu álbum solo. Idealizador e produtor do projeto “Faustão Falando Sozinho, Domingo de Cabeça pra Baixo”, no qual, aos domingos, bandas se apresentavam no Espaço Cultural Dona Neuza enquanto passava numa televisão ao lado o programa da Rede Globo Domingão do Faustão com a imagem invertida verticalmente e no mudo. Como gestor e agitador, Carlos promove para a população soteropolitana workshops, debates e palestras gratuitos e com temáticas que abrangem diversas linguagens artísticas (principalmente musical) e comunicacionais também.

Rogério Big Boss

É produtor musical e cultural e DJ. Rogério. Assim como Irmão Carlos, é um grande nome na cena independente, principalmente quando se trata de rock. Atua

¹⁰Disponível em: <<https://www.facebook.com/ZeChicoBoloDoido/>>

¹¹Disponível em: <<https://www.facebook.com/bagumSSA/?fref=ts>>

com sua produtora Bigbross Records e desenvolve alguns projetos como, por exemplo, o “Quanto vale o show?”, ocorrido as terças-feiras, no Dubliners Irish Pub. Tem um caráter crítico em relação à movimentação e alterações no cenário de Salvador e sempre é uma boa pessoa para consultar quando o tema cenário independente é abordado.

Thiago Trad

Thiago Trad atua faz mais de duas décadas no cenário musical baiano, a exemplo das bandas Bailinho de Quinta e Cascadura (baterista durante 15 anos). É Bacharel em Percussão Sinfônica pela Universidade Federal da Bahia (UFBA), já realizou centenas de shows Brasil afora, fez parte do Núcleo de Percussão da UFBA, é um dos idealizadores do projeto social “Toque Cidadão”, integrou o naipe de percussão da Orquestra Sinfônica Popular Brasileira (Camaçari) e já se apresentou com a Orquestra Sinfônica da Bahia (OSBA). Viaja por diversos países experimentando sonoridades e instrumentos e, em 2014, deu início ao projeto “Bahia Experimental”, que em pouco mais de um ano tornou-se uma plataforma de ações multidisciplinares na área musical. Thiago também já participou de alguns trabalhos audiovisuais da banda Cascadura exercendo atividades como, por exemplo, direção, roteirização e produção.

Banda Scambo

A Scambo foi formada no fim dos anos 90, na Bahia. Seus atuais integrantes fixos são Alexandre Tosto (guitarra), Graco (guitarrista) e Pedro Pondé (vocal), além do produtor Fernando Maia. A banda tem em sua forma estilística o rock, reggae e MPB. Criou o projeto “Todo Domingo Tem”, no Bar Anexo, no Rio Vermelho, em Salvador-Ba. O projeto, idealizado pelo Graco, teve sucesso de forma a tornar a banda um importante nome tanto para parcerias em eventos e projetos.

Já teve sete indicações do Troféu Caymmi de 2004, com seis estatuetas premiadas e com a pré-seleção ao Prêmio Tim de Música Brasileira. Em 2003 gravou seu primeiro disco: “Exerça”. A partir daí passou a dividir palco com famosos artistas

nacionais e internacionais. Após o lançamento de dois CDs gravados ao vivo em estúdio, o “Preto” e o “Vermelho”, junto ao lançamento do Clip “Implosão” na MTV e no Multishow, a Scambo se mudou para São Paulo e fez uma turnê em 2005 pelo sudeste do Brasil. A banda se desfez em 2006 por desentendimento, contudo, em 2011 o produtor Fernando Maia os uniu novamente e então lançou o disco acústico “Flare”. Em 2015, a Scambo participou do programa “Super Star” da Rede Globo, potencializando sua projeção nacional.

Tabuleiro Musiquim

A Tabuleiro Musiquim surgiu em abril de 2012, na cidade de Salvador, com o lançamento do seu primeiro trabalho, o EP Tabuleiro Musiquim. A banda mistura ritmos regionais como o *ijexá*, o samba de roda e o samba reggae com o peso do rock e a pulsação do funk.

Além dos shows e viagens, o grupo tem, no seu breve histórico, parcerias com artistas importantes da nova música baiana e brasileira. Em Salvador, a banda já se apresentou com Suinga, Maglore e Toco y me Voy, nomes fortes do cenário alternativo soteropolitano, e também com Wado, um dos destaques da chamada nova MPB, e com Cris Braun.

Em 1º de abril de 2014, a Tabuleiro lançou seu primeiro disco de carreira, “Imbigo”, que inaugura uma nova fase para a banda que pretende percorrer o Brasil, e traz participação de Teago Oliveira (vocalista da banda Maglore), Fábio Cascadura e Luiz Caldas.

Squadro

Banda que mistura post-punk, do funk-rock e da psicodelia, tem como integrantes o Guilherme Velanes (voz), ItaloCoslop (guitarra), Kalil Amaral (baixo), Lucas Brito (guitarra) e Oziel Santos (bateria). Nativa de Salvador e em atividade desde abril de 2013, a banda é fruto de um projeto criado por Velanes e Coslop. Apostando desde o início em músicas autorais, a banda fez seu show de estreia em

janeiro de 2014, quando foi classificada no concurso PRO 30 e também nesse período lançou seu primeiro single, “Cidade Nova”, e possui um EP chamado “Metamorfose”.

LO HAN

Tendo como principal influência o Hard Rock, a banda é formada por Rafael Breschi nos vocais, Alexandre Amoedo e Caio Aslan nas guitarras, Ricardo Lopo no teclado, Caio Parish no baixo e Adriano Lima na bateria. O grupo está na ativa desde 2005 e já é conhecido da cena roqueira baiana pelas suas performances explosivas com repertório que contempla sucessos do Classic Rock e músicas autorais. Em 2015, após um valioso processo de amadurecimento, a banda lançou seu álbum de estreia, *Get High*, que tem sua produção assinada pelo lendário *bluesman* baiano, Álvaro Assmar.

A banda está no processo de construção de seu segundo álbum e já participou de inúmeros festivais e eventos na capital e interior da Bahia, destacando-se os shows com as bandas Camisa de Vênus, Cascadura e Dr. Sin.

Zé Chico Bolo Doido

Iniciou suas atividades em 23 de Julho de 2011, enraizando uma personalidade única e autoral. Antes do início oficial da banda, o primeiro EP já estava totalmente finalizado e em 2012 lança seu primeiro clipe com a música *Guarda Roupa*, demonstrando total seriedade do grupo como profissionais. O grupo é formado por Carlos Bergues (Guitarra/Vocal), Eduardo Noblat (Guitarra/Composição), Pedro Seixas (Baixo) e Jaqueline Souza (Bateria).

Venceram o concurso “O palco do rock”, viabilizando a abertura da volta oficial do “Canto dos Malditos na Terra do Nunca”; foram semifinalistas do concurso universitário Fun Music, possibilitando a abertura do show do Charlie Brown Jr; tiveram um single sendo spot da Trip aviações na Globo FM; e participaram do Programa Mosaico Baiano e da Rádio CBN.

Bagum

A banda tem seis meses em cena, até então se apresentaram três vezes ao público e com uma recepção calorosa e bastante interativa, o que despertou a análise sobre inserir a banda que tem movimentado o público com sua presença de palco e seu som experimental. Composta por Pedro Leonelli, Pedro Tourinho e Gabriel Burgos, o grupo tem apenas a página no *Facebook* e *Soundcloud* com duas gravações.

1.4 A Entrevista

As entrevistas são estruturadas em perguntas gerais e perguntas específicas. As gerais são direcionadas igualmente a todos os participantes no intuito de extrair perspectivas distintas, semelhantes ou complementares sobre uma mesma circunstância. As específicas são direcionadas de forma estratégica e se trata de perguntas distintas para obter relatos mediante a diferença de competências que os entrevistados têm no cenário, por exemplo, é buscado explorar na entrevista com Irmão Carlos seu olhar observador sobre as bandas e as transformações do mercado da música independente, uma forma também de contextualizar e atentar para uma fala experiente e que muitos músicos respeitam.

As perguntas são divididas estruturalmente nas seguintes etapas: apresentação sobre a banda, ensaios, shows, gravação de CD e EP, divisão interna de tarefas, produção, divulgação da banda, relacionamento com o público, busca de informações para manutenção e melhorias na carreira (participação em workshops, debates, etc.) e abertura para relatos e observações que sejam pertinentes ao documentário.

Os locais de entrevista variam mediante disponibilidade e ajuste entre equipe auxiliar e convidado. A preferência sempre é um ambiente que seja comum ao entrevistado para que se sinta à vontade, alguns tem contato pela primeira vez com um registro documental através deste trabalho, outros passam a me conhecer pessoalmente no momento da filmagem, logo, sempre há a prioridade em o entrevistado estar confortável, para isso há maior disposição para mobilização por parte da equipe, independentemente a distância e até horário, que favoreça a estabilidade do convidado.

1.5 Equipe de Produção/Ficha Técnica

Gabriele Jessi

Graduada em Comunicação com habilitação em Produção em Comunicação e Cultura, é a escritora do projeto em questão, também atuando na direção, roteirização, captação de recurso, acompanhamento e aprovação da montagem no momento de edição e da identidade visual, produção do documentário, divulgação e circulação. Em seu currículo profissional já se encontram os trabalhos que participou como integrante da Coordenação de Editais da Fundação Cultural do Estado da Bahia, do setor de comunicação e eventos da Editora da Universidade Federal da Bahia, além de participação em filmagem de videoclipe, produções de eventos musicais e circense e social media.

Inajara Diz

Participa da filmagem como assistente de câmera e produção executiva. Inajara é formada em Ciências Sociais pela Universidade Federal da Bahia, atua como produtora cultural na cidade desde 2008. Sócia diretora da Lilaz Produções, seu trabalho na área de produção se estende por diversos filmes, festivais, exposições artísticas e shows.

Letícia Moreira de Oliveira

Auxilia também nas filmagens, é graduanda em Comunicação Social com habilitação em Produção em Comunicação e Cultura, 7º semestre, pela Universidade Federal da Bahia. Foi bolsista de Iniciação Científica/PIBIC entre 2012-2014 no grupo de pesquisa Recepção e Crítica da Imagem/GRIM, sob orientação da profa. Dra. Regina Gomes, no qual pesquisa sobre recepção e crítica de produtos audiovisuais e, dentre as atividades desenvolvidas, realizou grupo focal com produtores audiovisuais de webséries baianas. Foi membro do Coletivo de Audiovisual (CAV) – CULT, na

UFBA, entre março/2013 e agosto/2014, onde trabalhou com introdução, pesquisa, planejamento e execução de atividades ligadas às técnicas e linguagens do audiovisual.

Michelle Chicharo

Participa do trabalho como editora de vídeo ao produzir o trailer para o documentário. Graduada em Jornalismo pela UFBA, aprendeu e exercitou o trabalho de edição em dois curtas para as disciplinas na Faculdade de Comunicação.

Vinicius Nascimento

Atua como designer no projeto, é graduando em Produção Cultural pela UFBA e designer há três anos. Começou trabalhando em feiras universitárias e hoje ilustrando cultura para bandas de Salvador e no Espaço Xisto Bahia.

2. Análise Swot

A análise *Swot*, consiste no diagnóstico norteado por quatro parâmetros básicos: forças (*Strangths*), fraquezas (*Weaknesses*), oportunidades (*Opportunities*) e ameaças (*Threats*). O resultado da análise contribui para a elaboração de estratégias em relação a todas as etapas do trabalho, principalmente no quesito financeiro e de divulgação e aproximação do público.

Microambiente	
Pontos Fracos	Pontos Fortes
Não é uma superprodução	Há uma equipe solícita Há três câmeras

<p>Utiliza em primeira instância a renda própria da realizadora que é limitada</p> <p>Aborda um tema administrativo para artistas</p>	<p>Conhecimento sobre financiamento coletivo</p> <p>A abordagem do tema é feita pelos próprios atores do cenário musical de forma compreensiva a eles.</p> <p>Casas que comportam o tipo de evento em questão (exibição de filme + debate)</p>
<p>Macroambiente</p>	
<p>Ameaças</p>	<p>Oportunidades</p>
<p>Dificuldade de os artistas se interessarem por temas sobre produção que sejam mais acadêmicos</p> <p>Falta de disponibilidade para comparecer ao evento</p>	<p>Há busca dos músicos por oficinas e debates relacionados a planejamento e autossuficiência</p> <p>Interesse de músicos pela manutenção da carreira</p> <p>Exibição gratuita do documentário</p> <p>Mais de um dia de exibição</p>

	Exibição em lugares diferentes que se atentem a se aproximar de diversos bairros da cidade
--	--

As fragilidades são determinadas por ser um documentário de baixa produção, se tratando de renda, por ter sido iniciado antes de se ter a verba arrecadada, e pelo distanciamento por parte dos músicos em questões mais metódicas, burocráticas e principalmente acadêmicas, à primeira vista.

As potencialidades de certo modo contrapõem e minimizam os pontos fracos, uma vez que, mesmo com baixa renda, há uma equipe que se faz presente e é solícita a realizar as atividades. Por ter mais de uma câmera disponível, as filmagens foram feitas por mais de um ângulo para melhor qualidade e dinâmica na edição e recepção do vídeo. A pesquisa para conhecimento sobre financiamento coletivo fez-se fundamental para conhecer as plataformas e os procedimentos, a fim de escolher a que mais se adequa ao projeto e organizar estratégias de divulgação da campanha para obter investidores e, assim, obter o reembolso dos gastos pessoais que já estão sendo direcionados ao projeto. Ao dar a voz aos próprios artistas para falarem sobre o tema, aproximo o público-alvo da abordagem. Ter casas espalhadas pela cidade que comportam a natureza do evento a ser realizado é um fator que auxilia a circulação do projeto pela cidade.

As ameaças são caracterizadas pelo distanciamento da maioria do público-alvo por muitas vezes não terem domínio do fator acadêmico que a princípio o projeto desenvolve, e pela falta de disponibilidade de artistas e produtores, que normalmente desenvolvem diversas atividades ao longo do dia, de prestigiarem a exibição e debate.

As oportunidades apresentam um lado positivo em contrapartida às ameaças. Mesmo que haja distanciamento de parte do público sobre o tema, está ocorrendo o interesse pela maioria em compreender mais as questões de planejamento para organizar a produção da banda e o fato de a circulação ser sistematizada pela cidade facilita a logística de mobilidade e tempo, assim, agregando pessoas que moram em distintas regiões da cidade e possibilitando a presença do público a ser atingido.

3. Cronograma

Intrínseco à organização se faz o cronograma referente aos encontros com os participantes e a edição do material. Sendo assim, exponho aqui a sistematização das atividades que aconteceram:

AGOSTO			
Data	Atividade	Presentes	Observação
12	Contato com convidados a serem entrevistados	Irmão Carlos, ItáloCoslop, Thiago Trad	Por Internet
14	Reunião de apresentação do projeto	Gabriele Silva e Inajara Diz	Av.Vasco da Gama
14	Reunião de apresentação do projeto	Gabriele Silva e Letícia Moreira	Ondina
29	Confirmação de participação da Tabuleiro Musiquim, contato com o Silvio e os sócios da Tropos Co, local de gravação.	Gabriele Silva	Por Internet
30	Envio de quadro de perguntas para Banda Squadro, contato com Thiago Trad e confirmação de participação do Irmão Carlos e da Squadro	Gabriele Silva	Por Internet
31	Filmagem (Irmão Carlos)	Gabriele Silva	Estúdio Caverna do Som. 19h30
SETEMBRO			
2	Filmagem (Squadro)	Gabriele Silva, Letícia Moreira	Tropos Co, sala de reunião, 16h
2	Filmagem (Tabuleiro Musiquim)	Gabriele Silva, AdeleAudisio auxiliou uma câmera	Show do Tabuleiro Musiquim na Tropos, a partir de 18h

5	Reunião com Orientador	Gabriele e Guilherme	Facom, 11h
6	Digitação do projeto e reformulação do memorial	Gabriele	----
9	Reunião com editora de vídeo	Gabriele e Michelle	Ondina, 10h
19	Reunião com designer		Vasco da Gama, 15h
20	Edição do trailer	Gabriele e Michelle	Ondina, 09h- 13h
21	Edição	Michelle, acompanhamento via internet por Gabriele	----
21	Criação de identidade Visual	Vinicius, acompanhamento via internet por Gabriele	----
22	Edição do trailer	Michelle, acompanhamento via internet por Gabriele	----
22	Finalização do memorial	Gabriele	----
22	Avaliação da identidade visual	Gabriele	----
22	Finalização do projeto do documentário	Gabriele	----
23	Edição trailer	Michelle, Gabriele	----
23	Revisão Geral de todo o trabalho	Gabriele	----
24	Finalização da identidade visual	Vinicius, Gabriele	----
25	Elaboração da apresentação	Gabriele	----
26	Finalização do trailer	Michelle, Gabriele	----
28	Análise de todo o trabalho	Gabriele	----
30	Entrega do TCC	Gabriele	----

4. Orçamento

Os gastos com o projeto são ligados principalmente à locomoção, pois prezei pela segurança dos equipamentos. Portanto, foram utilizados táxi, *uber* e veículo próprio para a mobilidade entre os lugares.

Os equipamentos utilizados (câmeras, cabos, tripés e notebooks) foram de solicitação gratuita através da Universidade Federal da Bahia, de amigos e de minha própria posse.

A formação da equipe foi concretizada mediante acerto de serviço amistoso.

Pretende-se reembolsar os gastos que ocorreram até este momento através da coleta do financiamento coletivo que busca a verba para o documentário em geral. Abaixo, verifica-se a planilha orçamentária que norteará a meta do financiamento:

Planilha Orçamentária Seleccionada para ser Executada - Soteropolitana e Independente							
Produtos	Quantidade	Fornecedor	Observação	Valor	Contatos	Data de envio	Previsão de entrega
Panfletos	1000	R2 gráfica	Tamanho: 10x15cm Gramatura: 115g	R\$ 100,00	http://www.r2grafica.com.br/		
Cartaz A3	9	Fast Designer localizada na Gamboa de Cima	Tamanho: 4X0 Colorido com brilho Material: couche Gramatura: 115g	R\$ 98,01	Meus contatos: 30277033 / 993136275/ 985263483 (José Cupertino)		
Banner	1	Fast Designer localizada na Gamboa de Cima	Tamanho: 80x120cm Material: lona Acabamento: com ponta	R\$ 55,00	Meus contatos: 30277033 / 993136275/ 985263483 (José Cupertino)		
Publicação impulsionada no Facebook	9	Facebook	R\$3,00 equivale a 7 dias	R\$ 27,00			
Camisas	15	Visual Bordados	Camisa em malha de algodão com impressão na frente fica por 25,00 cada para quantidade acima de 15 peças)	R\$ 525,00	visualbordados@yahoo.com.br		

Palheta	100	Classificado Online		R\$ 90,00	http://www.milclassificados.com/anuncio/palhetas-personalizadas-para-bandas-e-musicos-200pcs_Sao-paulo		
Kit para o público da exibição presencial: Caneta	100		Caneta ecológica Com impressão Quantidade de cor impressa: 1 Valor unitário: R\$1,65	R\$165,00	Shopping Brindes		
Kit para o público da exibição presencial: Bloco de Anotações	100		Valor unitário: R\$2,50	R\$250,00	Gráfica Bastos		

TOTAL PRODUTOS				R\$ 1.310,01			
-----------------------	--	--	--	---------------------	--	--	--

Serviços							
Diretora/Roterista/Produtora		Gabriele Jessi		R\$ 200,00			
Editor		Michelle Chicharo		R\$ 400,00			
Câmera-girl auxiliar		Letícia Moreira		R\$ 100,00			
Câmera-girl auxiliar		Inajara Diz		R\$ 100,00			
Designer		Vinicius Nascimento		R\$ 250,00			
Mobilidade		Táxi, Uber, Gasolina		R\$ 135,00			
TOTAL SERVIÇOS				R\$ 1.185,00			

TOTAL GERAL				R\$ 2.495,01			
--------------------	--	--	--	---------------------	--	--	--

5 Captação de recursos

Após a análise das formas de captação de recurso possíveis, foi escolhido o financiamento coletivo feito através de plataformas online. Dentre as plataformas avaliadas está a Cartase, Kickante, Vakinha e Benfeitoria, que são as mais utilizadas e que as pessoas tem demonstrado maior confiabilidade. Diante destas possibilidades, li os termos de compromisso e observei as diferenças entre eles que em tese são o fato de algumas utilizarem o método “tudo ou nada” e estipularem taxas percentuais a serem descontadas no valor arrecadado. A partir disso foram selecionadas duas para minuciosamente serem pensadas, que são a Kickante e a Benfeitoria.

A Kickante possibilita obter o valor arrecadado independentemente de a meta ser atingida ou não. Caso seja atingida, a taxa Kickante será de 12%, caso não seja, cobramos 5.5% a mais. A benfeitoria é “tudo ou nada”, são disponibilizados 90 dias de campanha e arrecadação, sendo que as únicas taxas necessárias a pagar é referente a transição bancária.

Por fim, a plataforma Benfeitoria foi escolhida por não descontar taxas muito altos do valor arrecadado.

6 A Escolha do Nome

“Soteropolitana e Independente: um olhar sobre a gestão interna de bandas independentes de Salvador”.

Normalmente somos instruídos a dar nome a um projeto escrito depois que o concluímos para não perder o sentido e a ligação entre título e desenvolvimento do tema abordado, contudo, eis aqui uma das exceções a este ensinamento.

É sabido que o Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) é iniciado meses antes de seu próprio semestre no qual os estudantes devem se debruçar sobre ele. No caso, a ideia é exposta dois semestres antes mesmo de ela ser definitivamente concluída, por isso são muitos que mudam completamente a escolha do trabalho.

Particularmente, meses depois de a semente da ideia ser minimamente plantada num papel, eu tive determinada dificuldade em continuá-lo. Para ser mais clara, eu travei, tive o chamado bloqueio. Já tinha certeza do que queria tratar, o tema não foi mudado em nenhuma das fazes e semestres. O independente já era uma certeza e é baseado no fato de eu acompanhar este setor, o querer de contribuir com ele e de ter me empenhado bastante para escrever o projeto. Mas o “Soteropolitana”, apesar de já ter delimitado o cenário, surgiu exclusivamente ao escutar numa madrugada a música com este nome da banda Cascadura que integra o álbum “Aleluia” e que escutei apenas em 2016.

“Soteropolitana” porque trabalho especificamente com Salvador e também por eu ser. Achei significativo colocar no título e até justificar e não ser mais um dos versos soltos de uma música que tentamos interpretar, pois a música, o videoclipe e o álbum dialogam com a cidade, sendo, portanto, um exemplo de trabalho quando se trata de se organizar, se auto-valorizar e fortalecer a raiz da banda. O subtítulo expõe o recorte já justificado no início no memorial em relação a abordagem de tema, a aproximação de bandas independentes e a localização espacial.

“Soteropolitana e Independente” carrega em si todos os símbolos que norteiam o projeto.

7 O Produto resultante do processo de Elaboração do Projeto

Para se concretizar o projeto do documentário, desde suas filmagens até sua circulação, é necessário mais do que boa vontade. Intrínseco à realização é a obtenção de recursos financeiros para pagar o traslado que envolve equipe e equipamentos monetariamente caros, garantindo sua segurança, as atividades exercidas pela equipe e as impressões gráficas. Logo, há um trabalho de captação de recursos para cobrir os gastos, sendo que foi estudada a melhor forma para o projeto e escolhido o método de financiamento coletivo (*crowdfunding*) pela sua garantia de acesso ao dinheiro financiado sem muita burocracia e de forma rápida, além de permitir o acompanhamento do investimento e determinado relacionamento com o público-alvo de forma que ele já tenha conhecimento sobre o documentário e se envolva no processo.

Para a o financiamento coletivo é preciso a criação de estratégias para atrair público pagante, o que pode ser chamado de campanha de financiamento. Diante da necessidade de divulgação do projeto para a captação de recursos, foram elaboradas algumas atividades que consistem em criação de identidade visual, elaboração do trailer, criação de e-mail, de página no *Facebook*, de conta no *Instagram* e de canal no *YouTube* que se configuram em peças fundamentais para um projeto e que apresentarei a banca avaliadora.

Estas atividades já são colaborativas para o processo de divulgação do documentário após a finalização da produção também, que trata do momento em que ocorre o contato com imprensa e canais de mídias sociais, além de divulgação espontânea através de formadores de opinião (que nesse nicho envolve personalidades como Irmão Carlos, Rogério Big Boss, Reverendo T, Fábio Cascadura, Thiago Trad, Fernando Maia, Messias Bandeira, dentre outros) e amigos produtores e músicos através de relações interpessoais.

Sendo assim, este produto é material fundamental para despertar o interesse do público, tanto para financiamento quanto para se tornar espectador.

7.1 A Criação da Identidade Visual

A criação ocorreu mediante a reuniões nas quais houve diálogos para entendimento do conceito do projeto, a fim de haver fidelidade da marca ao documentário. Foi elaborado *briefing* para registro de especificações atentando para as cores, fonte, imagens, sentimentos a serem passados e compreensão em torno do que se trata o documentário, público a ser atingido e metas que o projeto deseja atingir.

A identidade visual foi criada com o cuidado de ser regionalista, de remeter a algo local e de pertencimento. A música é um elemento universal, a imagem de instrumentos ou banda não traria de fato características singulares do documentário, sendo que a singularidade dele é, principalmente, o tema gestão de bandas, adequado à região. Portanto, as cores foram pensadas de forma a haver harmonia e que remeta ao local, em tons pastéis para ser possível adequá-la a diversos *backgrounds* que forem necessários sem se tornar algo “poluído” (com muita informação). O desenho traz o elemento referencial à Salvador-Bahia, o Elevador Lacerda, de forma tênue. Para finalizar, fiz o experimentalismo de mostrar a imagem a uma pessoa nascida fora de Salvador, que morou por três anos na cidade e há alguns anos mora em São Paulo, e também para duas pessoas nascidas e criadas na cidade, ambas as pessoas reconheceram facilmente que se tratava de um ambiente característico de Salvador, da divisão Cidade Alta e Cidade Baixa e conseguiram apontar o Elevador Lacerda. A fonte utilizada é a *hammer Keys*, ela remete à máquina de datilografia e conseqüentemente à fonte utilizada para a escrita digital de roteiros de filmes. Os *Backgrounds* utilizados para *cards* e capas (DVD, *Facebook*, *YouTube*) são fotografias do também formando em 2016.1 na Faculdade de Comunicação/UFBA, chamado Caíque Bouzas.



Figura 1: Marca do projeto “Soteropolitana e Independente: um olhar sobre a gestão interna de bandas independentes”.

Houve o cuidado de que, ao inserir a marca, os produtos impressos conseguirem ser abrangente em termos de conquistar o público a colaborar financeiramente e que ele de fato o quisesse pela qualidade, como, por exemplo, a camisa, uma vez que os nomes que constam nela indicam representatividade de forma afirmativa, positiva e não excludente. Assim, ao mesmo tempo em que a marca é associada ao projeto é também à realidade do público. O subtítulo foi anexado somente em questões mais específicas e essenciais como as capas do *Facebook*, *YouTube*, DVD e projeto, como pode ser observado abaixo:



Figura 2: Capa para *Facebook*



Figura 3: Capa para Facebook



Figura 4: Capa para canal no YouTube



Figura 5: Banner



Figura 6: Cartaz



Figura 7: Panfleto

7.2 A Elaboração do Trailer

O trailer foi pensado e elaborado inicialmente com a finalidade de ser apresentado à banca avaliadora do TCC como comprovação de encaminhamento do projeto. Seria o que a coordenação de editais da Fundação Cultural do Estado da Bahia (FUNCEB) denomina como “Marco Executivo”: a entrega parcial de algo que comprove a realização do projeto para que seja aprovada e liberada a segunda parte da verba destinada ao mesmo.

O trailer também é a chamada para o financiamento do projeto e para a divulgação em imprensa e mídias sociais. Logo, busca-se através dele despertar o interesse do público para que invistam na realização total do documentário, garantindo que o trabalho está de fato sendo elaborado e que já conta com a colaboração dos entrevistados e de uma equipe técnica. Como divulgação, o trailer é parte fundamental do *press kit* (kit enviado para a imprensa, acompanhando o release, a fim de obter divulgação em jornal, rádio, TV ou revista) e da divulgação espontânea nas redes sociais, a partir do compartilhamento da página oficial do documentário.

Por ter sido construído previamente para divulgação em campanha de financiamento e avaliação da banca, não consta todos os entrevistados, também não seria necessário ter a fala de todos em um único trailer, principalmente pensando na quantidade de participantes e tempo de exibição do produto.

Buscou-se na elaboração apresentar imagens de Salvador como contextualização. O recorte da fala de Irmão Carlos aborda justamente o tema principal a ser tratado no documentário e há imagens de contexto musical apresentando bandas já entrevistadas. Apostou-se em cortes secos que dão agilidade ao vídeo juntamente com uma música enérgica chamada “O cordeiro”, da banda soteropolitana Cascadura e que canta algo afim da circunstância de pessoa que não é musicista, mas que está ‘invadindo’ o espaço comum dos músicos independentes para abordá-los e questioná-los por ser o nicho no qual trabalho como produtora e consumo como público, por isso “ninguém me convidou e eu vim aqui ver (...) mas aqui é minha casa...”. Houve grande atenção para que o vídeo não tivesse um resultado monótono, por isso determinada quantidade de *frames*, mas sempre respeitando a música. O fato de o entrevistado continuar falando enquanto são apresentadas outras imagens também foi uma estratégia para quebrar o tédio que seria proporcionado caso o *frame* fosse constantemente à imagem da pessoa (Irmão Carlos). Ainda no trailer, há a escrita de texto com a finalidade de enfatizar pensamentos importantes e que serão desenvolvidos no documentário.

Abaixo, podem-se conferir algumas imagens que compõem o trailer:



Figura 8: Elevador Lacerda – Cidade Baixa – Comércio



Figura 9: Show da Banda Squadro, no Centro Histórico de Salvador



Figura 10: recorte da Entrevista de Irãõ Carlos para o documentário



Figura 11: Escrita de texto durante o vídeo



Figura 12: Tabuleiro Musiquim; início do surgimento do nome do documentário na tela

7.3 Os Produtos físicos

A partir dessas atividades foram criados três produtos físicos que representam o documentário: a camisa, a palheta e a capa do DVD. Os produtos têm a finalidade de servir a três vertentes: a recompensa do financiamento coletivo, a composição de *press kit* (kit de imprensa) e a representação em atividade de apresentação do projeto. Abaixo, podem ser visualizadas as imagens dos produtos físicos:

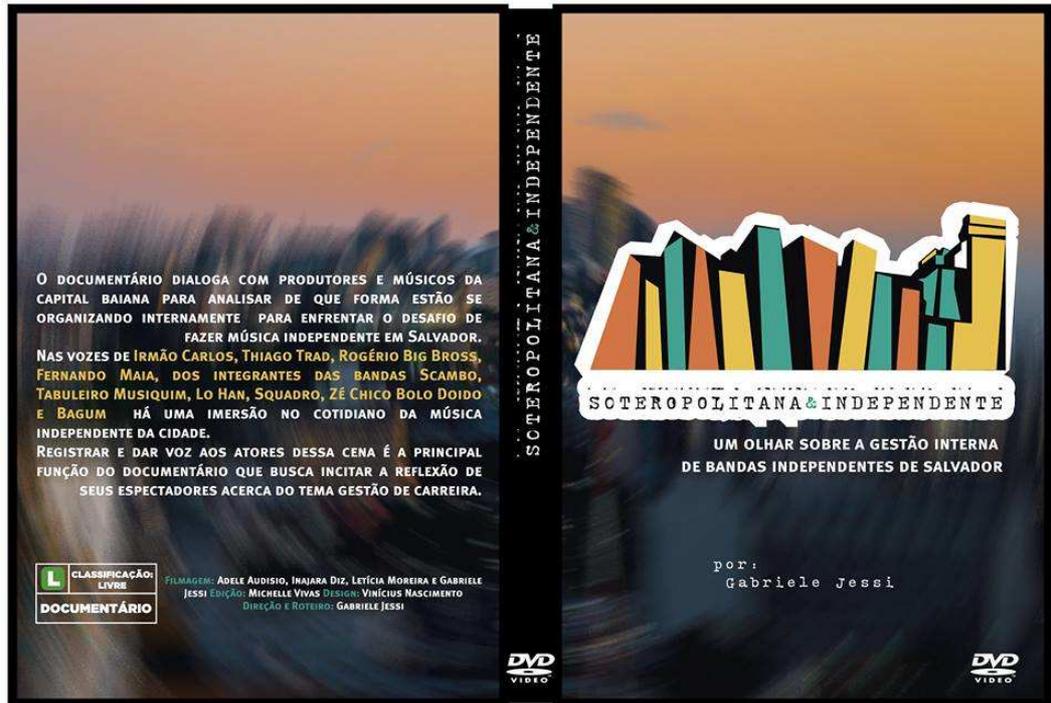


Figura 13: Capa de DVD



Figura 14: Camisa pólo branca



Figura 15: Camisa branca masculina



Figura 16: Camisa *babylook* branca



Figura 17: Camisa masculina, cor preta



Figura 18: Camisa *babylook* preta



Figura 19: Palhetas Personalizadas



Figura 20: Palhetas Personalizadas

7.3.1 A recompensa

A recompensa faz parte da norma estabelecida pela plataforma *online* de financiamento e consiste em disponibilizar ao investidor algo em troca, podendo ser de livre escolha do autor do projeto qual será a recompensa. Contudo, recompensas mais elaboradas animam o público a aplicar seu dinheiro no projeto, logo o produto é estrategicamente pensado para o público estudado como possível investidor.

7.3.2 O Press Kit

Também chamado Kit de imprensa, que é definido como um conjunto de produtos em busca de chamar atenção para o projeto, de forma que a pessoa que diariamente recebe diversos releases note o projeto, se interesse e colabore na divulgação, comprovadamente é uma estratégia efetiva e que agrega valor social positivo ao documentário.

7.3.3 O produto como representação

É contextualizada, através da camisa, a representatividade do projeto por quem está apresentando ao público, sejam eles a banca avaliadora, possíveis financiadores ou espectadores nos dias de exibição.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Realizar um documentário envolvendo as ideias de outras pessoas exige mais do que apenas uma câmera na mão e uma ideia na cabeça. Necessita da formulação de um projeto que planeje cada etapa da melhor forma para que seja realizado com fidelidade aos envolvidos.

Envolve a roteirização na qual previamente organizamos as possibilidades de montagem para que o argumento principal seja sustentado e, diante disso, o planejamento estratégico das perguntas.

Leva-se em conta o papel da produção e toda a logística de onde e com quem conseguir equipamentos, como transportar câmeras caras e tripé pesado, garantir o transporte das pessoas que estarão indo filmar muitas vezes à noite, distante da casa delas, fazer o reconhecimento do ambiente no qual será gravada a entrevista, proporcionar momentos de fala aos participantes para que se sintam à vontade e relevantes.

Realizar um projeto exige pesquisa de diversos âmbitos. No caso deste, busquei estar presente em alguns eventos de forma completamente avaliativa, normalmente sozinha, e com a finalidade de observar música, presença de palco, reação do público e quem era aquele público (amigos, parentes, pessoas sem ligação com algum integrante, etc.). Pesquisei nome de banda, integrantes, formas de contato, *Facebook*, *site*, *Instagram*, escutei as músicas através de *Soundcloud*, *YouTube* e presencialmente, além de ter procurado vídeos de apresentações ao vivo.

A pesquisa vai além dos participantes. Meu maior empecilho foi encontrar fontes que tratassem de gestão sem ser sobre carreira empresarial, pois não se encaixa adequadamente a realidade do músico, contudo é o que mais se encontra em livrarias, *Google* e bibliotecas. Para encontrar fui a fundo através do *Google Acadêmico* e encontrei um artigo que trazia a relação de artistas com gestão e me trouxe outros modelos que se enquadram na perspectiva de uma pessoa que quer viver de música, para isso eu tive que estudar um pouco de administração e descobrir as características mais aprofundadas desses modelos em outros textos.

A pesquisa sobre gestão me trouxe os dois modelos comentados no memorial e que são a base de entendimento de como é (ou a sugestão de como deve ser)

organizada estruturalmente a carreira do artista, pelo fato de ser um mercado instável e a busca de sucesso ser tangida pela satisfação pessoal e não por um cargo maior numa empresa.

A ideia de trazer brevemente o modelo de carreira proteana e o de carreira sem fronteiras, apresentando as características que fundamentam os modelos, respalda-se em o leitor saber que existem outras correntes de carreira sendo estudadas, e estão sendo mais exploradas agora pela forma que o mercado em geral está se reorganizando, pois cada vez mais pessoas estão buscando conciliar sua renda com algo que lhes dê satisfação pessoal e que permita determinadas liberdades de escolha, horário, dias e forma de trabalho, dentre outros fatores.

O desenvolvimento da didática sobre gestão é muito mais direcionado para a abordagem do documentário em si, principalmente nas perguntas e nos argumentos. Respalda-se principalmente no auxílio da montagem para sustentar o tema abordado através das próprias falas dos entrevistados, pois, mesmo que não haja conhecimento e que eles não leiam sobre o estudo de carreira de um artista e certos modelos, as circunstâncias diárias fazem com que os próprios já desenvolvam determinadas características que são apresentadas nos modelos fundamentados por teóricos.

Por mais que tenha ideia do conceito e do que quero passar com a identidade visual, não tenho domínio das técnicas dos programas de design, assim como também não tenho domínio do programa de edição de vídeo, mas sei das estratégias conceituais para fazer entender a mensagem através da imagem, cores, elementos-chaves de representação e filmagens de mais de um ângulo proporcionando três planos variáveis (frontal, perfil e detalhe). Por não ter conhecimento técnico sobre os programas, tratei de terceirizar essas duas atividades que contaram com minha participação constante enquanto diretora e avaliadora.

Pensar o projeto como um todo foi o produto resultante do meu trabalho de conclusão de curso, com ênfase na importância de elementos visuais e de estratégias de financiamento. Não simplesmente fazer o documentário em pouco tempo, que foi uma das sugestões que quase adotei ao ter alguns obstáculos durante a elaboração do TCC, não ficaria satisfeita com o resultado de algo feito “às pressas”, pois então tratei de apresentar o que é o documentário “Soteropolitana e Independente: um olhar

sobre a gestão interna de bandas independentes” e seu planejamento estratégico.
Agradeço a oportunidade.

REFERÊNCIAS

ALOMON, Denis. **Como fazer uma monografia**. São Paulo: Martins Fontes, 2004

ALVES, Adriano Batista. Um Estudo Sobre a Jornada Profissional do Artista e as Teorias de Carreira. **Revista Pensamento & Realidade**. São Paulo, v.27. nº4. 2012. Disponível

em:<<http://revistas.pucsp.br/index.php/pensamentorealidade/article/view/14726/10719>>. Acesso em 11 ago. 2016

ANDRADE, Guilherme Assunção. **Carreira tradicional versus carreira proteana: um estudo comparativo sobre a satisfação com a profissão, carreira e emprego**. 2009. 102f. Dissertação (Mestrado em Administração) – Faculdade de Ciências Empresariais da Universidade FUMEC, Belo Horizonte (MG), 2009

BANKS, Marcus. **Dados visuais para pesquisa qualitativa**. Coleção Pesquisa Qualitativa. Porto Alegre: Artmed, 2009

BARRETO, Alexandre. A Formação em Administração, Produção e Gestão Cultural como elemento facilitador do desenvolvimento da carreira artística. In. V Seminário Internacional – Políticas Culturais. Rio de Janeiro. **Anais eletrônicos...** Disponível em:<<http://culturadigital.br/politicaculturalcasaderuibarbosa/files/2014/06/Alexandre-Barreto.pdf>>. Acesso em 26 set. 2016

CAMPOS, Clara Marques. **Guia de Produção do Rock**. 2010. 99f. Monografia (Trabalho de Conclusão de Curso – Produto) – Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia, Salvador (BA), 2010.

CASTRO, Armando Alexandre Costa de. **A música baiana e o mercado: a gestão da obra como estratégia de negócio**. 2011, 264f. Tese (Doutorado em Administração) – Núcleo de Pós-Graduação em Administração, Universidade Federal da Bahia, 2011

CASTRO, Armando; RIBEIRO, Maria Tereza Franco. Música e Contemporaneidade: a organização da produção musical Soteropolitana. **Revista de Desenvolvimento Econômico**. Salvador, v. 11, nº 19. 2009. Disponível em:

<<http://www.revistas.unifacs.br/index.php/rde/article/view/1052>> Acesso em 26 set. 2016

CERQUEIRA, Daniel Lemos. Administração Musical: Proposta de eixo temático para a área da música. In: II Congresso da Associação Brasileira de Performance Musical, 2014, Vitória (ES). **Anais Eletrônicos...** Universidade Federal do Espírito Santo, 2014. P. 1-8. Disponível em <<http://periodicos.ufes.br/abrapem/article/view/7587/5285>>. Acesso em 26 set. 2016

FACEBOOK. **Bagum SSA.** Disponível em: <<https://www.facebook.com/bagumSSA/?fref=ts>>. Acesso em 26 set. 2016

FACEBOOK. **Banda Squadro.** Disponível em: <<https://www.facebook.com/bandasquadro/?fref=ts>>. Acesso em 26 set. 2016

FACEBOOK. **Lá em Casa Session.** Disponível em: <<https://www.facebook.com/laemcasasessions/?fref=ts>>. Acesso em 26 set. 2016

FACEBOOK. **LO HAN Band.** Disponível em: <<https://www.facebook.com/lohanband/?fref=ts>>. Acesso em 26 set. 2016

FACEBOOK. **Scambo.** Disponível em: <<https://www.facebook.com/Scambo-184578071586991/?fref=ts>>. Acesso em 26 set. 2016

FACEBOOK. **Tabuleiro Musiquim.** Disponível em: <<https://www.facebook.com/tabuleiromusiquim?fref=ts>>. Acesso em 26 set. 2016

FACEBOOK. **Um Take Um Som.** Disponível em: <<https://www.facebook.com/umtakeumsom/>>. Acesso em 26 set. 2016

FACEBOOK. **Zé Chico Bolo Doido.** Disponível em: <<https://www.facebook.com/ZeChicoBoloDoido/>>. Acesso em 26 set. 2016

FONTENELLE, Isleide Arruda. A auto-gestão de carreira chega à escola de Administração: O humano se tornou capital?. **Organizações & Sociedade.** Salvador, v.14, nº.43, oct/dec. 2007. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1984-92302007000400004>. Acesso em 26 set. 2016

FRANÇA, Vera Veiga. Paradigmas da comunicação: conhecer o quê? In: MOTTA, L. G. et al. (orgs). **Estratégias e culturas da comunicação.** Brasília: Ed. da UnB, 2002

FROCHTENGARTEN, Fernando. A entrevista como método: uma conversa com Eduardo Coutinho. **Revista Psicologia USP.** São Paulo, v. 20, nº 1, p. 125-138, jan/mar, 2009. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/psicousp/article/view/41992>>. Acesso em 31 ago. 2016

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 5ª ed. São Paulo: Atlas, 2010

GOLDENBERG, Mirian. **A Arte de Pesquisar: como fazer pesquisas qualitativas em ciências sociais.** 8ª Ed. Rio de Janeiro: Editora Record, 2004

GOMES, Itania Maria Mota; JANOTTI JUNIOR, Jeder. **Comunicação e Estudos Culturais.** Salvador: Edufba, 2011

GONSALVES, Elisa Pereira. **Conversas sobre iniciação à pesquisa científica.** 3ª ed. Campinas, SP: Alínea, 2003

HERSCHMANN, Micael. **Nas Bordas e Fora do *Mainstream* Musical: Novas tendências da música independente no início do século XXI.** São Paulo: Estação das Letras e Cores Editora, 2011

JANOTTI-JUNIOR, Jeder. **Are You Experienced?: Experiência e Mediatização nas Cenas Musicais**. Revista Contemporânea. v. 10, nº 1, p. 113-128. Salvador (BA), 2012

LEÃO, Tom. **Heavy metal: guitarras em fúria**. São Paulo: Editora 34, 1997

MAUDONNET, Daniel Lotufo. **Estratégias de desenvolvimento na carreira musical: o impacto das mudanças tecnológicas e institucionais**. 2015, 79f. Dissertação (Mestrado em Administração de Empresas) – Fundação Getúlio Vargas: Escola de Administração de Empresas de São Paulo, São Paulo, 2015

NASCIMENTO, Anne Elisabeth de Lira. **Salvador Rock Tree: Cronologia do rock soteropolitano**. 2014. 57f. Monografia (Trabalho de Conclusão de Curso – Produto) – Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia, Salvador (BA), 2014

NEVES, Mônica Maria; TREVISAN, Leonardo Nelmi; JOÃO, Belmiro do Nascimento. Carreira Proteana: Revisão Teórica e Análise Bibliométrica. **Revista Psicologia: Organizações e Trabalho**. Florianópolis, v. 13, nº 2, p. 217-232, maio/ago, 2013. Disponível em: <http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1984-66572013000200009>. Acesso em 26 set. 2016

NICHOLS, Bill. **Introdução ao Documentário**. Campinas (SP): Papyrus, 2005

PUCCINI, Sérgio. **Roteiro de Documentário: da pré-produção à pós-produção**. Campinas (SP): Papyrus, 2012

TOLFO, Suzana da Rosa. A carreira profissional e seus movimentos: revendo conceitos e formas de gestão em tempos de mudanças. **Revista Psicologia: Organização e trabalho**. Brasília, v. 2, nº 2, p. 39-63, jul/dez. 2002. Disponível: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/rpot/article/view/6847>>. Acesso em 26 set. 2016

TROTTA, Felipe; MONTEIRO, Márcio. O novo mainstream da música regional: axé, brega, reggae e forró eletrônico no Nordeste. **Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação I E-Compós**. Brasília, v. 11, nº 2,

p. 1-15, maio/ago. 2008. Disponível em: <<http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/view/295/278>>. Acesso em 26 set. 2016

TROTTA, Felipe. Música e mercado: a força das classificações. **Contemporânea**, v. 3, nº 2, p. 181-196, jul/dez. 2005. Disponível em: <<http://www.portalseer.ufba.br/index.php/contemporaneaposcom/article/view/3459>>. Acesso em: 26 set. 2016

WILLIAMS, Raymond. **Marxismo e Literatura** (Tradução de Waltensir Dutra), Rio de Janeiro: Jorge Zahar, [1971] 1979

YOUTUBE. **Artifact - 30 Seconds to Mars**. Documentário. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=5xgz-5vlo_4>. Acesso em 15 nov. 2015

YOUTUBE. **Atrás de Cerveja e Mulher - Velhas Virgens**. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=OD8wsBZ5l7w>>. Acesso em 15 nov. 2015

YOUTUBE. **Efeito Bogary(documentário)-Cascadura**. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=skJZr2A9RkA>> . Acesso em: 29 ago. 2016.

YOUTUBE. **Eu Toco Rock'nRoll**. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=n9jeJG7248Y>>. Acesso em 15 nov.2015

YOUTUBE. **Profissão: Músico**. Documentário. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=B90XxJYzGgs>>. Acesso em 25 jul. 2016.

YOUTUBE. **Programa Online. MÊ DE MÚSICA #7 - Rock Maldito!**. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=pSp5aa5tCi0>>. Acesso em 15 nov. 2015.

YOUTUBE. **#AleluiaCASCADURA**. Documentário. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=9JeLmaCc0XU>>. Acesso em: 25 mai. 2016.

APÊNDICE 2

Perguntas padrões para bandas

Breve apresentação da banda com informações principais como, por exemplo, quando foi formada, integrantes, estilo musical e andamento das atividades.

- **Sobre apresentações ao vivo:**

Em que local fazem apresentações com mais frequência?

Vocês tocam gratuitamente com frequência?

Como é feita a distribuição de uma possível renda arrecadada? Convertem para pagar ensaios, para planos futuros da banda, como, por exemplo, a gravação de um EP?

Já escreveram projeto para algum edital público ou privado a fim de garantir recurso financeiro para a realização de alguma atividade ou produto da banda?

Já fizeram show em algum local que não seja no Rio Vermelho ou Pelourinho?

- **Sobre produto:**

Já gravaram EP ou CD? Como financiaram?

Como foi a distribuição do produto para o público? (utilizaram internet,

venderam em shows, lançamento de uma música de cada vez, dentre outras possibilidades)

O produto foi distribuído gratuitamente?

O que acharam do retorno do público após a distribuição?

- **Sobre divulgação do trabalho:**

Como vocês lidam com a divulgação de vocês enquanto uma banda? Tem mídias sociais? Quais?

Quantos integrantes administram as mídias?

Vocês já chegaram a pagar fotógrafo para ensaio a fim de ter fotos para divulgação?

Fazem divulgação impressa? (cartazes, panfletos...)

A banda tem identidade visual? Quem fez? Alguém da banda?

Tem produtos com a identidade visual? (camisa, bottons...)

- **Sobre Produção:**

A banda tem um produtor que desenvolve as atividades internas de gestão e que cuida de todo o processo para se apresentarem ao vivo?

Se, sim:

Qual a importância que esse profissional tem para vocês?

Qual a diferença que a entrada dele na equipe fez para a dinâmica da banda?

Se não:

O que você pensa sobre o trabalho do produtor?

Há alguém que toma a iniciativa de fazer a chamada para as atividades? (Reuniões, ensaios etc)

Vocês fazem atividade de pesquisa? (ex: possíveis lugares para tocar)

Tem planilha de contatos contendo, por exemplo, produtores musicais, donos de casa de shows e demais músicos?

Quando aparece um edital para show ou competição premiada, quem escreve o projeto ou release sobre a banda e envia o material?

- **Sobre divisão interna de tarefas:**

Creio que como um grupo que precisa tomar decisões coletivas vocês se reúnem. Quantas vezes por mês ocorrem essas reuniões?

Vocês delimitam uma pauta com os assuntos a serem discutidos e encaminhados nelas?

Já ocorreram discordâncias durante reunião? Como lidam com elas? E como chegam a uma decisão?

Vocês tem um líder, ou alguém que seria o mais representativo do grupo?

Vocês dividem tarefas para cumprir demandas relacionadas ao planejamento enquanto equipe? (Entrar em contato com casa de show, visitar espaços, conhecer um novo estúdio, escrever projetos, alimentar a página no *Facebook*)

- **Sobre busca de informação:**

Você já participou de workshop com a intenção de aumentar o seu

conhecimento sobre gestão, comunicação e planejamento para ajudar enquanto integrante de uma banda?

Após questionamentos diretos, ocorre a abertura para fala sobre demais experiências que sejam pertinentes. Para finalizar a entrevista dirijo a seguinte pergunta ao participante:

“Para você, o que é viver de música?”