

UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE - UFF
INSTITUTO DE ARTES E COMUNICAÇÃO SOCIAL – IACS
PRODUÇÃO CULTURAL

FELIPE MAXIMIANO CARVALHO

PROJETO: RIO CONCERTOS

NITERÓI / 2018

Ficha catalográfica automática - SDC/BCG
Gerada com informações fornecidas pelo autor

C331p Carvalho, Felipe Maximiano
Projeto Rio Concertos : / Felipe Maximiano Carvalho ; Neide
Marinho, orientadora. Niterói, 2018.
33 f.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Produção
Cultural)-Universidade Federal Fluminense, Instituto de Arte e
Comunicação Social, Niterói, 2018.

1. Música Clássica. 2. Música Erudita. 3. Projeto
Cultural. 4. Cadeia Produtiva da Música. 5. Produção
intelectual. I. Marinho, Neide, orientadora. II. Universidade
Federal Fluminense. Instituto de Arte e Comunicação Social.
III. Título.

CDD -

Bibliotecária responsável: Thiago Santos de Assis - CRB7/6164

FELIPE MAXIMIANO CARVALHO

PROJETO: RIO CONCERTOS

Trabalho de conclusão do curso de graduação em
Produção Cultural da Universidade Federal Fluminense –
UFF, produzido sob a orientação da Professora Neide
Marinho.

NITERÓI/2018



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE
INSTITUTO DE ARTE E COMUNICAÇÃO SOCIAL
COORDENAÇÃO DA GRADUAÇÃO EM PRODUÇÃO CULTURAL - GGR

ATA DE APRESENTAÇÃO DE TRABALHO FINAL DO CURSO DE PRODUÇÃO CULTURAL

IDENTIFICAÇÃO DO TRABALHO	
Nome do Candidato: <u>Felipe Maximiano Carvalho</u>	Matrícula:
Título do Trabalho: " <u>Projeto: Rio Concertos</u> "	
Orientador(a): <u>Neide Aparecida Marinho</u>	
Categoria: <u>Projétual</u>	Data da Apresentação: <u>18/12/2018</u>

BANCA EXAMINADORA	
1º Membro (Presidente):	<u>Neide Aparecida Marinho</u>
2º Membro:	<u>Thiago Gisolia Fernandes</u>
3º Membro:	<u>Marcos Paes Selles</u>

AVALIAÇÃO:
Análise / Comentário <p>Trata-se de um trabalho relevante por seu caráter projetual passível de execução, bem escrito e prospectivo. A banca aprova o trabalho com grau 10,0.</p>
Nota Final (média dos três integrantes da Banca Examinadora): <p style="text-align: center;"><u>10,0</u></p>
ASSINATURAS: <p><u>[Assinatura]</u> 1º Membro (Presidente) <u>[Assinatura]</u> 2º Membro <u>[Assinatura]</u> 3º Membro</p>

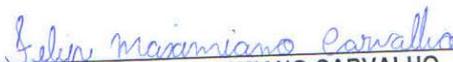


SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE
INSTITUTO DE ARTE E COMUNICAÇÃO SOCIAL
COORDENAÇÃO DO CURSO DE GRADUAÇÃO EM PRODUÇÃO CULTURAL

AUTORIZAÇÃO PARA DIVULGAÇÃO DE MONOGRAFIA

Niterói, 17/12/2018

Eu, **FELIPE MAXIMIANO CARVALHO**, CPF 133.964.427-41, formando(a) do curso de Graduação em Produção Cultural da Universidade Federal Fluminense, autorizo a divulgação do conteúdo da monografia (texto integral e/ou fragmentos, respeitada a autoria) intitulada "**PROJETO: RIO CONCERTOS**" defendida nesta data, em bibliotecas e sítios de divulgação de resultados científicos e acadêmicos. Para tal, comprometo-me a entregar a presente monografia em versão digital, em PDF.



FELIPE MAXIMIANO CARVALHO

AGRADECIMENTOS:

Gostaria de agradecer primeiramente aos meus primeiros professores da vida, meu avô Fernando Maximiano e minha avó Irany Coelho Maximiano. Todos os ensinamentos e incentivos foram determinantes para chegar onde estou hoje. Obrigado também a minha esposa Maria Guerra por permanecer ao meu lado nessa caminhada e minha Mãe Márcia Maximiano, por ter sido uma ótima mãe. Agradeço também, especialmente, à minha filha Beatriz Moreira Guerra Maximiano, por ser minha maior motivação para tudo na vida.

Obrigado Universidade Federal Fluminense - UFF por ter feito parte da minha vida durante um longo período e principalmente por me trazer a luz do conhecimento e ter sido decisiva na construção/desenvolvimento da minha carreira.

PROJETO: RIO CONCERTOS

RESUMO:

O projeto “Rio Concertos” é uma agenda especializada no circuito da música clássica e instrumental do Rio de Janeiro. Uma plataforma totalmente digital, inovadora, desenvolvida e pensada para o universo mobile, que permitirá ao público ter toda informação (datas, concertos, locais de espetáculos, grupos, repertórios e tudo sobre a cena da música erudita e instrumental do Rio de Janeiro) à mão no momento em que desejar, através da possibilidade de “favoritar” um concerto ou recital e receber *feeds* ou *newsletter* sobre a informação desejada, além de poder compartilhar a própria programação favorita via e-mail ou em suas redes sociais.

Palavras-chaves: Rio Concertos, Música Clássica, Música Erudita, Concertos, Agenda de concertos.

ABSTRACT:

The "Rio Concert" is a specialized guide in the classical and instrumental music circuit, in Rio de Janeiro. An innovative digital platform, developed and designed for the mobile universe, which will allow the public to have all information (dates, concerts, Theaters, groups, repertoires, and other infotmations about the local scene of Rio de Janeiro) in your hands when you want. The possibility of choice a concert or recital and receive feeds or newsletter on the desired information, as well as to share their own favorite programming by email or on their social networks.

Keywords: Rio Concerts, Classical music, Concerts, Concert Schedule

SUMÁRIO:

INTRODUÇÃO.....	8
PARTE I: Referencial Teórico.....	9
PARTE II: O Projeto.....	24

INTRODUÇÃO:

O mercado da música clássica no Brasil enfrenta, atualmente, uma grave crise com os crescentes desmontes de grandes orquestras, diminuição da verba destinada à cultura nas esferas públicas e iniciativa privada, e principalmente ausência de políticas públicas para o fomento e divulgação do segmento. É possível visualizarmos os efeitos dessa crise no Rio de Janeiro, utilizando como exemplos a situação da Orquestra Sinfônica do Theatro Municipal do Rio de Janeiro (OSTM), que está com sua programação parada há quase um ano, salários atrasados dos últimos dois meses e o 13º do ano de 2017; ou da Orquestra Sinfônica Brasileira (OSB), que, juntamente com um problema de gerência em suas prestações de contas e o consequente bloqueio das contas de patrocínio (atreladas à Lei de Incentivo à Cultura), sofreu grandes cortes por parte dos seus mantenedores, provocando a suspensão da sua Temporada 2017 e o atraso de até 8 meses de salários dos seus músicos e equipe técnica.

Cada vez mais é necessário o desenvolvimento de novas ferramentas e recursos para garantir o funcionamento e a manutenção da cadeia produtiva da música erudita e instrumental, que, assim como o mercado da música em geral, está em constante movimento. Ao longo de sua história, é possível perceber que, no caso específico da música clássica, sua reinvenção e principalmente a formação de público se tornaram obrigatórios para sua continuação. Infelizmente os seus dogmas e elitização foram uns dos principais motivos para o afastamento de uma faixa etária chave para sua perpetuação: jovens e adolescentes.

Imerso nesse cenário e na contramão mercadológica contemporânea, surge o projeto *Rio Concertos*, com o objetivo de fortalecer o mercado da música erudita e instrumental no Rio de Janeiro, atuando diretamente em um dos mais importantes elos da cadeia produtiva: divulgação. O *Rio Concertos* será uma plataforma *web* otimizada, onde mesclaremos a facilidade de um *app* (com sistema de *login* e de memorização das preferências) à conveniência de um site (com o acesso fácil e não ocupará espaço nos *smartphones* dos usuários), com a simples funcionalidade de “favoritar” um concerto ou recital e receber *feeds* ou *newsletter* sobre a informação desejada, além de poder compartilhar a própria programação favorita via e-mail ou em suas redes sociais. Garantiremos um sistema fácil de usar, com acesso para todas as idades em diferentes dispositivos (computadores, *tablets* e *smartphones*).

2. REFERENCIAL TEÓRICO:

2.1. A CADEIA PRODUTIVA DA MÚSICA:

É impossível dissertar sobre qualquer assunto relacionado à cadeia da produtiva da música sem utilizar como fonte os estudos de Luís Carlos Prestes Filho (2004). O mesmo define a Cadeia Produtiva da Música como

[. . .] a Cadeia Produtiva da Economia da Música é um complexo híbrido constituído pelo conjunto de atividades industriais e serviços especializados que se relacionam em rede, complementando-se num sistema de interdependência para a consecução de objetivos comuns nos âmbitos artístico, econômico e empresarial. (PRESTES FILHO et al., 2004, p. 29).

A cadeia produtiva da música pode ser explicada, utilizando como metáfora uma grande Orquestra Sinfônica, onde cada instrumento ou *naípe*¹ executa sua partitura separadamente e a soma dessas vozes forma uma grande e linda sinfonia. Já a figura do maestro pode ser entendida como o próprio mercado, que direciona e rege cada uma das engrenagens, que juntas formam a Cadeia Produtiva da Música. Em outras palavras, a Cadeia Produtiva da Música é uma complexa rede, inter-relacionada entre estes vários agentes de um sistema, que atuam de maneira independente e totalmente sinérgicas entre si, com objetivos em comum.

Sempre em movimento, a Cadeia Produtiva da Música deve ser constantemente observada, para melhor planejar a atuação de cada um dos seus atores no mercado. Pois a cada vez que uma inovação tecnológica é incorporada e padronizada no mercado da música, a cadeia se reestrutura buscando acompanhar as diversas mudanças que ocorrem na maneira como é consumida. Como forma de tornar visível esse movimento do mercado, podemos utilizar o

¹ Naípe: nome que se dá a um grupo de instrumentos musicais ou vozes idênticas dentro de um coro ou orquestra.

caso do Napster, considerado um dos primeiros serviços de compartilhamento musical P2P² (Peer-to-Peer) em mp3³, que surgiu na internet.

O Napster nasceu em 1999, e seu programa modificou significativamente a indústria fonográfica (conhecida até então) possibilitando ao usuário compartilhar música em formato digital com outros usuários *online*. Após enfrentar muitos processos por parte das gravadoras, o Napster saiu do ar em 2001, voltou em 2003 oferecendo *downloads* de música em formato legal e pago. Em 2011 foi comprado pela Rhapsody⁴ e foi novamente encerrado. Em 2013 voltou à ativa como um serviço de *streaming*⁵ musical pago.

Em seu estudo, Prestes Filho (2004) identifica as subcadeias/serviços, que constituíram a cadeia produtiva da música ao longo do século XX: indústria fonográfica; tecnologia digital (Internet e novas mídias); produção ilegal (pirataria); direitos autorais; políticas públicas; radiodifusão e mídia impressa; espetáculos e shows; indústria de instrumentos musicais; indústria de equipamentos; formação acadêmica; formação técnica e empresarial; formação de plateias.

Analisando a cadeia em rede, é possível atualizarmos os itens que a compõem, além de compreendermos a função de cada um, dentro do nicho mercadológico da música clássica e instrumental no Rio de Janeiro, hoje. A seguir, dividiremos as subcadeias/serviços que constituem a Cadeia Produtiva da Música, que elencamos acima, grandes grupos, correspondentes à produção musical, a saber: pré-produção, produção, distribuição, divulgação, comercialização e tributação, fazendo breves considerações respeito de cada uma delas.

² P2P: (do inglês peer-to-peer, que significa par-a-par) é um formato de rede de computadores em que a principal característica é descentralização das funções convencionais de rede, onde o computador de cada usuário conectado acaba por realizar funções de servidor e de cliente ao mesmo tempo.

³ MP3: é uma abreviação de MPEG Layer 3, um formato de compressão de áudio digital que minimiza a perda de qualidade em músicas ou outros arquivos de áudio reproduzidos no computador ou em dispositivo próprio.

⁴ Rhapsody: Serviço de música on-line por assinatura, que em 2011 comprou o Napster.

⁵ *Streaming*: é uma tecnologia que envia informações multimídia, através da transferência de dados, utilizando redes de computadores, especialmente a Internet, e foi criada para tornar as conexões mais rápidas.

PRÉ-PRODUÇÃO:

A pré-produção é a etapa responsável pelo fornecimento de insumos para o estabelecimento da cadeia produtiva da música. Trata-se de todas as atividades/serviços base para o desenvolvimento das demais atividades, como: formação musical, instrumentos e equipamentos musicais.

- Indústria de Instrumento Musicais:

Segundo Prestes Filho (2004), o Brasil possui uma frágil estrutura industrial na fabricação de instrumentos musicais e atualmente a competição com mercados como a China desfavorece o produto brasileiro (tanto para instrumentos do meio clássico, quanto popular). Para a maioria dos instrumentos de música clássica, os produtos chineses se tornaram uma saída para os estudantes (principalmente de baixo poder aquisitivo) adquirirem um instrumento para seus estudos. Infelizmente, a grande maioria dos instrumentos que fazem parte do universo erudito possui preços bem elevados (tanto os de fabricação nacional manufaturados por um luthier⁶ ou industrializado, quanto os de fabricação internacional) dificultando o acesso de estudantes a um instrumento de qualidade. A situação fica mais difícil quando esse músico chega ao nível profissional, pois os preços de um bom instrumento são tão exorbitantes que é possível compará-los a valores que vão de um carro popular (R\$ 20.000 ou R\$ 30.000) até valores de um imóvel (R\$ 100.000,00), isso tudo dependendo do instrumento. Por exemplo, podemos encontrar instrumentos das famílias das madeiras (flauta, oboé, clarineta, fagote) e dos metais (trompa, trompete, tuba, trombone) com valores iniciais de 10 à 20 mil. Alguns outros que pertencem ao grupo das cordas (violinos, cellos, violas, ...) pode ultrapassar os 100 mil, por as vezes se tratar de instrumentos fabricados no século XV por luthies renomados, além de se levar em conta o envelhecimento natural da madeira utilizada em sua fabricação. Em alguns casos a aquisição só é possível importando, pois não possuem revenda ou representantes no país.

- Indústria de equipamentos de som e gravação:

Pensando nas produções musicais instrumentais e clássicas, considerando também que a maioria desses instrumentos são acústicos, é possível afirmar que a maior parte dos equipamentos demandados são principalmente microfones, mesas de som, software e

⁶ Luthier: profissional que trabalha com a construção e manutenção de instrumentos musicais.

computadores para captação e mixagem dessas produções. Todos esses itens são importados (microfones com uma enorme variedade de preços, de acordo com a qualidade) e somente alguns computadores específicos, que possuem a qualidade necessária para suportar os softwares de gravações semiprofissionais e profissionais (esse já não são mais tão acessíveis para o mercado informal, focando nos estúdios e gravadoras profissionais).

- Ensino profissional (artístico e técnico):

Ensino Artístico: O ensino profissional da música clássica no Rio de Janeiro, atualmente conta com os cursos de graduação diversos instrumentos, oferecidos pelas seguintes instituições: UFRJ, UNIRIO e o Conservatório Brasileiro de Música (que recentemente deixou de ser reconhecido pelo MEC, como curso de nível superior).

O ensino profissional tem um papel fundamental na formação “As atividades educacionais têm um papel crucial na qualificação, tanto dos profissionais quanto das plateias, que são os atores no mercado da música. A formação acadêmica permite a qualificação dos profissionais que trabalham diretamente no processo de criação e execução musical como os compositores e os intérpretes. A formação educacional influi também na qualificação dos técnicos de iluminação, som, eletrônica, manutenção de equipamentos e instrumentos musicais, produtores executivos e musicais, gestores de gravação, eventos e espetáculos em geral. Finalmente, a formação de plateias é fundamental para garantir a qualidade e o nível de exigência do mercado consumidor de música através da educação de base.

- Ensino de Base/Formação de plateia:

Corresponde ao primeiro contato com a música, seja através da musicalização infantil ou aulas regulares de algum instrumento. Infelizmente o ensino de música sempre foi muito pouco trabalhado na educação infantil, visto que a Lei nº 9.394, de 20 de dezembro de 1996, garantia o ensino de artes nas escolas com a possibilidade da instituição, optar por: música, teatro, dança ou artes plásticas. Com o objetivo não de formar artistas (músicos, bailarinos ou artistas plásticos), mas desenvolver a criatividade, a sensibilidade e a integração dos alunos. De acordo com a Lei de Diretrizes e Bases de 1996, só estão autorizados a lecionar na educação básica os professores com formação em nível superior, ou seja, profissionais que tenham cursado a licenciatura em Universidades e Institutos Superiores de Educação na área em que irão atuar.

Com uma escassez de políticas públicas para essa formação básica, diversas ONGs desenvolvem projetos voltados para esse primeiro contato com a música, buscando fomentar o surgimento de novos instrumentistas e a renovação da plateia. Podemos utilizar como exemplo os seguintes projetos:

- Orquestra de Cordas da Grota – Niterói – RJ:

O Espaço Cultural da Grota (ECG) é uma organização da sociedade civil, sem fins lucrativos, localizado na comunidade da Grota do Surucucu, em São Francisco, Niterói. Desde a década de 80 são realizadas no Espaço ações voltadas para promoção da cidadania através da cultura, música, arte e educação, desenvolvendo projetos de formação musical, empreendedorismo, educação complementar e de promoção social.

As atividades são desenvolvidas por profissionais, monitores e voluntários, todos envolvidos na prestação de serviços de qualidade e no cumprimento da missão do Espaço. Através dos projetos Mobilizando Talentos, Orquestras, Musicalização na pré-escola, Jovens Empreendedores, Multiplicando Talentos e Formação em Música, são oferecidos às crianças e jovens da comunidade aulas de iniciação musical, aperfeiçoamento dos instrumentos, teoria musical, artes, entre outras.

- Escola de Música da Rocinha – Rio de Janeiro – RJ:

Em funcionamento desde 1994 a Escola de Música da Rocinha já atingiu resultados significativos em cada uma de suas linhas de ação. Já funcionou nas dependências de duas igrejas e na quadra da Escola de Samba Acadêmicos da Rocinha, tendo se transferido em 2004 para o Centro de Cidadania Rinaldo De Lamare, o que significou um grande passo para a ampliação e aprimoramento de suas ações, podendo atender também a jovens do Vidigal e de Vila Canoas. A qualidade do espaço e a infraestrutura disponível ainda permitem a ampliação das atividades oferecidas.

Segundo depoimentos de diretores e professores das escolas que atendem aos moradores da Rocinha, o rendimento escolar dos alunos matriculados na Escola de Música da Rocinha é muito bom e tende a melhorar conforme o envolvimento com a linguagem musical é aprofundado. Essa informação é endossada pelos familiares dos alunos que atestam serem claramente perceptíveis as modificações de atitude e comportamento dos alunos frente aos problemas escolares; e percebem o aumento no grau de envolvimento com a relação ensino-aprendizagem e um aumento do desejo de sucesso.

- Orquestra Maré do Amanhã – Rio de Janeiro – RJ:

O Projeto Orquestra Maré do Amanhã nasceu da crença de que a música é uma forte aliada na transformação social e cultural de crianças, adolescentes ou jovens. Hoje a orquestra está em todos os Espaços de Desenvolvimento Infantil da Maré, além de duas escolas primárias e um ginásio. O Projeto diferencia-se dos demais projetos sociais por seu objetivo ousado: formar músicos.

Concebido após dois anos de preparação e estudos pela equipe da Associação Cultural Armando Prazeres, o projeto utiliza a música como ferramenta de transformação social e, conseqüentemente, profissional.

PRODUÇÃO:

Fase que visa transformar a música em um produto de mercado, através das atividades que envolvem o contexto para a criação musical, desde o momento da gravação até a distribuição. Nesta etapa estão envolvidos os fatores que contribuem para a concepção do produto musical em si.

- Agentes Institucionais:

Os Agentes Institucionais são os órgãos privados, regulamentadores responsáveis por estabelecer as normas que regem a indústria da música, buscando garantir sua manutenção e expansão, além de garantir os devidos direitos para exploração e comercialização da obra. Exemplos: ECAD, Sindicatos, Associações e Coletivos.

- Agentes Governamentais:

Os agentes governamentais são os órgãos públicos responsáveis pelo desenvolvimento e aplicação das políticas públicas, em geral nas áreas de cultura, tributação e desenvolvimento econômico, Leis de Incentivo à Cultura, Editais Culturais e Chamadas Públicas, que influenciam diretamente o mercado da música. Exemplo: Ministério da Cultura, Secretarias de Cultura (Estaduais e Municipais),

- Indústria Fonográfica:

A Indústria fonográfica é formada pelas diversas empresas da indústria da música que atuam com gravação, edição e distribuição de mídia sonora, nos diferentes formatos. A evolução da indústria musical está diretamente ligada aos avanços tecnológicos empregados nas diferentes mídias e formatos de distribuição, desde discos de vinil, através do rádio, passando pelas fitas e os CDs, chegando ao MP3 e as plataformas de streaming.

Todas essas mudanças que o mercado da música sofreu, afetaram principalmente a indústria fonográfica, que precisou mudar completamente sua forma de atuação. Antes elas ditavam as tendências do mercado, hoje novos talentos e grandes sucessos florescem a todo instante na web. Os equipamentos caros e a mão de obra especializada que as grandes gravadoras detinham, competem diretamente com os home estúdios e produtores independentes com acesso ao enorme público da internet.

Na música clássica as composições declinaram bastante nas últimas décadas. As experimentações eletroacústicas (obras extremamente complexas tanto para o ouvinte, quanto para seu executor) que na maioria das vezes foram compostas para o deleite dos próprios músicos, não fazem sucesso com o grande público.

As grandes gravadoras que atuam no Brasil não apoiam os novos talentos da música clássica. Infelizmente nem os compositores mais conhecidos ou os intérpretes mais famosos, dão um retorno financeiro imediato e as vezes nem no médio/longo prazo. Algumas pequenas gravadoras e selos apostam em um ou outro talento, porém o movimento ainda é muito pequeno. Para se ter uma ideia, em um cenário muito bom, as vendas físicas e digitais, conseguem custear os gastos para gravação e lançamento.

- Pirataria:

A pirataria e a internet, apesar de terem enfraquecido a indústria fonográfica principalmente no surgimento do MP3, afetando diretamente a venda de CDs, acabaram por ajudar na divulgação de muitos artistas que se tornaram extremamente populares e atraem grandes públicos em shows. Na música erudita a pirataria quase não foi relevante, devido ao número de vendas no país ser tão baixo, que não vale a pena piratear o gênero.

- Internet:

Vista no passado como grande vilã pela indústria fonográfica e alguns músicos, hoje é peça fundamental na carreira de qualquer artista e principal engrenagem do mercado da música. A internet é hoje o principal espaço para: lançamento de músicas, surgimento de novos talentos, disponibilização e comercialização de fonogramas, debate e articulação de políticas públicas para área, ensino técnico/educacional para diversos instrumentos, transmissão de apresentações ao vivo, canal de comunicação direto entre o músico e seu público, entre outras diversas possibilidades.

DISTRIBUIÇÃO/DIVULGAÇÃO/COMERCIALIZAÇÃO:

Estes três elos antes eram praticamente independentes uns aos outros, na cadeia produtiva da música. Porém com as mudanças e atualizações mercadológicas, trabalharemos estes itens juntamente, pela sinergia gerada ao longo desses processos. Por exemplo: O lançamento de uma nova música precisa de divulgação, o que se daria necessariamente através do lançamento dela nas plataformas digitais (Distribuição /Comercialização), juntamente com a realização de um show ou concerto (Comercialização/Divulgação). Percebemos no exemplo que a todo o momento, cada etapa hora dialoga com a outra ou está inserida dentro da mesma, num ciclo que se retroalimenta.

- Gravadoras/Selos:

Durante a crise na indústria fonográfica algumas gravadoras entenderam que precisariam repensar o seu modelo de negócio, que anteriormente eram 100% focados na exploração dos ganhos com as vendas de CDs. Na busca por novos negócios e formas de monetizar, perceberam que seria necessário abrir mão da porcentagem absurda que geralmente possuíam da comercialização das músicas dos artistas. Enxergaram que poderiam ganhar muito mais administrando a carreira do artista, recebendo parte dos valores obtido de diversas formas como: receita de shows, anúncios publicitários, sessão de direitos autorais, venda de produtos próprios do artista e outras possibilidades.

Nesse mesmo cenário, surgiram os Selos, que inicialmente eram braços das gravadoras baseados na segmentação, em algum nicho musical específico. Com o tempo novos selos apareceram e ganharam força com os artista e produtores independentes, estruturaram o seu plano de negócios focando na distribuição das musical do artista, divulgação e promoção do mesmo, além de algumas também gerenciarem carreira artística.

Na música clássica existem poucos selos com atuação somente no erudito e instrumental, com o baixo número de vendas de CD físico, esses Selos procuram distribuir somente digitalmente, para reduzir os custos com a distribuição.

- Distribuidoras:

Como o próprio nome diz, a principal função das distribuidoras é distribuir os fonogramas fisicamente (através de lojas físicas e online) e digitalmente via os serviços de streaming e lojas online). Com um modelo de negócios baseado em porcentagem, a maioria cobra um valor fixo pequeno para a distribuição física e digital (ou separadamente) e ganham um percentual que gira em média de 10 a 20% de monetização, seja com as receitas de vendas do CD físico, faixas ou álbum digital e execuções em streaming.

Abaixo citaremos algumas das principais distribuidoras que atuam no Brasil:

Tratore: <http://www.tratore.com.br/index.php>

OneRPM: <https://www.onerpm.com/>

CD BABY: <https://pt.members.cdbaby.com/>

- Plataformas de streaming:

O streaming é uma forma de transmissão instantânea de dados de áudio e vídeo através de redes, sendo possível assistir a filmes ou escutar música sem a necessidade de fazer download. Essa tecnologia existe desde os anos 90, porém só foi possível sua ampla utilização e inserção no mercado Brasileiro, com a chegada da banda larga e posteriormente se popularizando com o 3G e 4G.

O mercado fonográfico mundial cresceu 5,9% em 2016 — segundo o relatório divulgado em 20/06/2017 pela Federação Internacional da Indústria Fonográfica (IFPI) e pela Pró-Música (antiga ABPD — Associação Brasileira de Produtores de Discos). Foi a primeira vez que o mercado cresceu dois anos seguidos desde o início do levantamento, em 1999. Até 2014, a indústria experimentou um encolhimento de 40%.

Principais plataformas de streaming:

Spotify:

É um serviço de streaming de música, podcast ⁷e vídeo que foi lançado oficialmente em 7 de outubro de 2008. É o serviço de streaming mais popular e usado do mundo. Ele é desenvolvido pela startup Spotify AB em Estocolmo, Suécia

Tidal:

Serviço de distribuição digital de música por subscrição que combina áudio com compressão sem perda de dados e vídeos musicais de alta definição. Tidal é mais conhecido por ter Jay-Z como um dos responsáveis pelo serviço.

Apple Music:

Serviço de streaming de músicas mantido pela Apple. Os usuários escolhem as músicas para serem enviadas por streaming em seu dispositivo por demanda. O serviço inclui a estação de rádio da internet Beats 1 e a plataforma de blog Connect para artistas para compartilharem mídia com os fãs.

Google Play Music

É um app para celular Android e iPhone e para PC por meio do site oficial (web app). Ele armazena as músicas na nuvem e também faz o streaming das canções. Com o Play Música, o usuário tem acesso a uma biblioteca com mais de 30 milhões de músicas de diversos gêneros e de artistas nacionais e internacionais, com a possibilidade de acessar sua conta em até dez dispositivos diferentes.

Napster:

Criado por Shawn Fanning e seu co-fundador Sean Parker, hoje é um serviço de streaming de música pertencente à Rhapsody International Inc, contando com aproximadamente 40 milhões de faixas.

⁷ Podcast é um conteúdo em áudio, disponibilizado através de um arquivo ou streaming.

Deezer:

Deezer é um serviço de streaming de áudio lançado em 2007. Disponível para usuários de mais de 180 países, a plataforma conta com mais de 53 milhões de músicas e 4 milhões de programas de áudio, como podcasts, em seu acervo.

- Redes sociais:

As redes sociais foram um dos principais agentes responsáveis pelo surgimento da Web 2.0, que alterou a forma como as informações (antes centralizadas em poucos emissores) são difundidas e emitidas. Hoje qualquer um pode ser emissor de informações nas redes, o que proporciona uma maior facilidade no surgimento de novos talentos musicais, além de democratizar o acesso (no caso da música) a qualquer produção musical. As redes sociais atualmente são o antigo: “boca a boca”, com a vantajosa possibilidade de potencializar o número de receptores em alguns milhões. Tanto para música popular quanto para erudita, são a principal vitrine para divulgação e promoção dos produtos musicais de todos os artistas.

- Blogs/Sites/Revistas especializadas:

São os principais canais de comunicação e notícias sobre a cena da música clássica no Rio de Janeiro, diferentemente dos grandes veículos de comunicação estes são segmentados, focando todo seu conteúdo na música erudita. Abaixo alguns exemplos:

Movimento.com:

O www.movimento.com foi fundado por alguns coralistas que se indignavam com a dificuldade de veicular suas apresentações de uma maneira pelo menos razoável. Nasceu da formulação de um site dedicado à música coral, que se expandiu para música clássica em geral. Hoje, além de mantermos este escopo, esticamos nosso braço para abarcar também a dança clássica e a dança contemporânea.

A iniciativa cresceu e está no ar desde o ano 2000, com o objetivo principal de fazer com que a Música Clássica no Brasil tenha um espaço muito maior e muito melhor do que o atualmente disponível.

Tutti Clássicos:

O site conta atualmente com notícias, artigos e críticas sobre a cena da música clássica no Rio de Janeiro. É alimentado pelas jornalistas Luciana Medeiros e Debora Ghivelder, com grande experiência e atuação na área erudita da música.

Revista Concerto:

Com 22 anos de história, a Revista CONCERTO leva mensalmente a seu público tudo o que acontece na música clássica, com um roteiro completo dos concertos em todo o Brasil, notícias, matérias e artigos de alguns dos mais respeitados jornalistas e críticos do país. Além da seção exclusiva com conteúdo da revista inglesa “Gramophone”, uma das publicações clássicas mais importantes do mundo.

- Shows e concertos:

Assim como um fonograma, podemos considerar os shows e concertos um produto final dessa indústria. Ambos precisaram se adaptar e inovar para seguir com todas as mudanças enfrentadas ao longo dos anos. Com a queda nas vendas de CDs os artistas da música popular, buscaram aumentar o número de shows além de tentar atrair mais público para as apresentações, visando gerar mais receita.

O que era apenas escutar e assistir ao vivo sua banda preferida, se tornou uma grande experiência para os fãs, com a introdução de: pirotecnia, luzes, efeitos visuais, telões de led e um som com cada vez mais qualidade. Na música clássica não foi muito diferente, os artistas buscaram levar para os concertos e recitais outras linguagens artísticas (dança, teatro, literatura e cinema) para agregar ao programa musical. Um bom exemplo disso é a imersão gerada pela união da música com o cinema, a execução (ao vivo) da trilha sonora de um filme é algo único. Algumas orquestras foram além e perceberam que a execução de música popular nas suas séries principais, é uma ótima forma de atrair um público novo aos seus concertos. Atualmente no Rio de Janeiro as principais orquestras mantem regularmente uma série dedicada à música popular, dentre elas vale destacar o caso de sucesso da série “Álbuns” da Orquestra Petrobrás Sinfônica. Essa série apresenta a execução de um disco completo, de algum artista já consagrado, na ordem em que foi de fato produzido, com todas as músicas arranjadas para a formação orquestral. Sucesso absoluto de público, essa série surgiu após o primeiro concerto, onde refizeram o álbum “Ventura” dos Los Hermanos. Percebendo o grande interesse do público e a repercussão gerada, a orquestra apostou na ideia e fizeram o

“Thriller” do Michael Jackson, que lotou 2 concertos no mesmo dia no Theatro Municipal do Rio de Janeiro e recentemente outro grande sucesso foi a releitura do disco “The Dark Side of The Moon” da banda Pink Floyd, que conseguiu esgotar 3 datas no mês de Novembro no Vivo Rio.

- Rádio, TV e Cinema e Games:

O Rádio já teve um lugar de destaque na indústria da música no passado, principalmente no mercado da música clássica. Foi um dos grandes responsáveis pela criação de diversas orquestras no mundo e no Brasil, como foi o caso da Orquestra Sinfônica Nacional da Universidade Federal Fluminense (OSN UFF) vinculada à Rádio Nacional (posteriormente Rádio MEC durante anos. Além de ter colaborado para o surgimento de diversos artistas populares e eruditos, durante os seus anos dourados (pré surgimento da TV e do Cinema). Atualmente com a enorme oferta de canais e diversos meios de consumo da música, as rádios perderam força e muitas desapareceram. Na música clássica vale ressaltar o importante papel da Rádio MEC, no seu belo trabalho de ser a única rádio ainda focada exclusivamente para a música erudita e instrumental.

A TV contribuiu bastante para o mercado da música dando visibilidade aos grupos de instrumentistas que antes eram somente apreciados ao som do rádio. Ajudou também na criação do mercado de vídeos clipes, tendo como emissora chave a MTV que influenciou toda uma geração e serviu de base para que essas produções audiovisuais se tornassem grandiosas, como são hoje em dia. Na vanguarda da música clássica, é importante citar e reconhecer o trabalho da TV Brasil, que além de exibir concertos gravados de algumas orquestras sinfônicas, também dedica alguns programas com temática específica sobre a música clássica e instrumental.

O Cinema após a introdução do áudio, explorou bastante a música clássica e instrumental nas suas trilhas sonoras, ajudando a difundir o estilo musical no mundo inteiro. O submercado de composição de trilhas para Games e Filmes, ficou cada vez mais fechado restrito com o passar do tempo. Dificilmente novos compositores recebem encomendas de obras, a escolha fica sempre com os mesmos profissionais já premiados.

TRIBUTAÇÃO:

- ECAD:

O Ecad (Escritório Central de Arrecadação e Distribuição) é uma instituição privada, sem fins lucrativos, instituída pela lei 5.988/73 e mantida pelas leis federais 9.610/98 e 12.853/13. Seu principal objetivo é centralizar a arrecadação e distribuição dos direitos autorais de execução pública musical. Com gestão profissionalizada e premiada, a instituição é considerada referência na área em que atua e dispõe de um dos mais avançados modelos de arrecadação e distribuição de direitos autorais de execução pública musical do mundo.

A administração do Ecad é feita por sete associações de gestão coletiva musical, que representam milhares de titulares de obras musicais (compositores, intérpretes, músicos, editores nacionais e estrangeiros e produtores fonográficos) filiados a elas. O Ecad possui uma ampla cobertura em todo o Brasil, com sede na cidade do Rio de Janeiro.

Quando um titular se filia a uma associação, esta torna-se mandatária para a prática de todos os atos necessários à defesa de seus direitos autorais, inclusive o de cobrança. Sendo o Ecad organizado por estas associações para este fim, ele passa, então, a ser responsável pelo recolhimento e distribuição desses valores em todo o país, representando, assim, os milhares de artistas filiados às sete associações.

O titular de música, ao se filiar a uma das associações, deve cadastrar o seu repertório musical e informar as suas parcerias, se houver, assim como os percentuais de participação na criação de cada música e/ou na execução de cada fonograma, pois estas informações nortearão a distribuição dos direitos autorais e conexos de execução pública musical. O artista deve manter seu repertório musical sempre atualizado junto à sua associação.

Abaixo as sete associações de gestão coletiva musical:

- Abramus:

Associação Brasileira de Música e Artes. (<http://www.abramus.org.br>)

- Amar:

Associação de Músicos, Arranjadores e Regentes. (<http://www.amar.art.br>)

- Assim:

Associação de Intérpretes e Músicos. (<http://www.assim.org.br>)

- Sbacem:

Sociedade Brasileira de Autores, Compositores e Escritores de Música.
(<http://www.sbacem.org.br>)

- Sicam

:Sociedade Independente de Compositores e Autores Musicais. (<http://www.sicam.org.br>)

- Socinpro:

Sociedade Brasileira de Administração e Proteção de Direitos Intelectuais.
(<http://www.socinpro.org.br>)

- UBC:

União Brasileira de Compositores. (<http://www.ubc.org.br>)

O real objetivo desse estudo foi compreender as relações entre os diversos agentes atuantes no mercado da música clássica do Rio de Janeiro, buscando comprovar as dificuldades e desafios que o segmento enfrenta ao longo das diversas etapas, que formam sua cadeia produtiva. Principalmente em sua divulgação, elo fundamental para as demais etapas da cadeia, que carece de canais e veículos midiáticos exclusivos, além de ter pouco ou quase nenhum espaço nos mais tradicionais, para escoar/promover sua produção.

Através desse estudo foi possível identificar uma demanda gerada pelo fim de um importante veículo de informação sobre a cena no Rio de Janeiro, a *Agenda Viva Música*⁸. O encerramento das atividades dessa revista, deixou todo público amante da música clássica em um vazio, pois após anos de atividades dedicados ao segmento, a Viva Música se tornou o principal canal exclusivo para divulgação e promoção da música erudita e instrumental Carioca.

⁸ Agenda Viva Música: foi uma publicação impressa mensal, grátis, com toda a programação de música clássica do Rio de Janeiro. Circulou de maio 2002 até janeiro 2015.

3. O PROJETO:

3.1 APRESENTAÇÃO:

O projeto "Rio Concertos" é uma inovadora agenda especializada no circuito de música clássica e instrumental do estado Rio de Janeiro. Uma plataforma totalmente digital, desenvolvida e pensada para o universo mobile⁹ que possibilitará ao público ter toda informação à mão e no momento em que desejar.

3.2 OBJETIVOS DO PROJETO:

OBJETIVOS GERAIS:

- Inovar a maneira como a música clássica e instrumental é divulgada no Rio de Janeiro;
- Fomentar a formação e renovação do público da música erudita e instrumental;
- Se tornar referência na promoção e divulgação da música clássica e instrumental, no Rio de Janeiro;

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Inserir todas as atividades de música clássica e instrumental, que acontecem na cidade do Rio de Janeiro e adjacências (Niterói, Nova Friburgo, Petrópolis, Teresópolis e outros) na plataforma digital a fim de divulgá-las;
- Promover e divulgar novos e já consolidados grupos de música de câmara¹⁰ e sinfônicos (Orquestras, Bandas e grupos de câmara), inserindo toda e qualquer apresentação musical que tangencie a música clássica e instrumental na agenda;
- Facilitar a comunicação, trabalhando de forma ampla, inclusiva, pessoal e direta. O funcionamento da plataforma se dará da seguinte maneira: o usuário terá acesso a todo

⁹ Mobile: termo utilizado para definir dispositivos móveis.

¹⁰ Música de Câmara: música erudita executada por um pequeno grupo de instrumentistas ou cantores que possa ser executada em pequenos espaços, geralmente com uma atmosfera mais íntima.

conteúdo do site, porém o mesmo poderá selecionar qualquer concerto que tenha interesse em receber informações e atualizações, em sua agenda no site ou via e-mail. Com isso cada pessoa poderá segmentar e escolher o conteúdo que mais lhe interessa.;

- Manter todas as informações sobre os concertos atualizadas diariamente. O site contará um sistema de login, onde o responsável por algum concerto ou apresentação, poderá enviar uma mensagem ou e-mail, solicitando alteração de qualquer informação, a qualquer momento;

3.3 JUSTIFICATIVA:

Infelizmente não só no Rio de Janeiro, mas em todo o Brasil, a música clássica conta com pouquíssimos canais de comunicação somando-se a isso a atual crise que a música clássica enfrenta, principalmente no Rio de Janeiro. O que dificulta no acesso do público da música erudita a informações sobre o circuito musical desse segmento, além de atrapalhar a formação e renovação do seu público.

Identificamos uma grande demanda de informações detalhadas e de fácil acesso a esse tipo de conteúdo, ocasionado pelo fim da Agenda Viva Música, que após 20 anos de atividades, decidiu encerrar seu principal trabalho. Com a facilidade no acesso e com uma atuação multiplataforma, utilizando várias mídias e redes sociais (site, Facebook, Youtube e Instagram), possibilitados pelo fenômeno da web 2.0¹¹. O projeto conseguirá atingir e distribuir esse conteúdo, para mais pessoas, fomentando a formação de um novo público e garantindo a gratuidade e o fácil acesso ao seu já existente público.

O “Rio Concertos” será desenvolvido através da parceria entre duas empresas: a produtora - ALGAZARRA PRODUTIVA (que cuidará de todo conteúdo, atualização, operacionalização e divulgação da plataforma) e a empresa de tecnologias para o mundo da música - AGÊNCIA MILK (que será responsável por toda parte de desenvolvimento de web, designer e programação do site).

A plataforma funcionará como uma agenda totalmente digital de concertos e apresentações de música instrumental, nela o usuário que desejar montar a sua própria agenda ou receber

¹¹ web 2.0: é um termo usado para designar uma segunda geração de comunidades e serviços oferecidos na internet, tendo como conceito a Web e através de aplicativos baseados em redes sociais e tecnologia da informação

informações e atualizações, sobre as atividades do seu interesse, deverá se cadastrar ou realizar o seu login via Facebook ou Gmail. Para inserir um determinado concerto, recital ou apresentação musical, o próprio grupo ou a assessoria de imprensa, deverá cadastrar as informações pertinentes ao evento em uma área específica o site. Onde será enviado um e-mail automático com as respectivas informações e um termo de responsabilidade sobre as informações, para o profissional que analisará e fará uma verificação das informações e em um prazo (estimado) de 48 horas, o concerto já estará na agenda.

O site será desenvolvido para ter todas as suas atividades, funcionando muito bem, tanto em computadores (desktops e notebooks), quanto em smartphones e tablets. Sendo necessário somente ter acesso a internet para poder utilizar o web-app¹² onde e quando quiser. Outro ponto importante priorizado pelo projeto é a facilidade para utiliza-lo, garantindo que pessoas de todas as idades consigam navegar sem qualquer problema.

Seu editorial foi pensado, visando em não ser uma revista ou periódico. Mas sim um informativo com o que há de mais interessante e novo, no circuito da música clássica e instrumental.

Estrutura do site (Versão Beta¹³):

- Wireframes¹⁴/Layouts¹⁵ - Highlights¹⁶ da estrutura do site
- Home¹⁷.
- Agenda (favoritar).

¹² web-app: é uma página na internet acessada como qualquer outro site através de um navegador e desenvolvido, geralmente, em HTML5

¹³ Versão Beta: versão em estágio ainda de desenvolvimento, mas que é considerada aceitável para ser lançada para o público.

¹⁴ Wireframes: é um desenho básico, como um esqueleto, que demonstra de forma direta a arquitetura de como o objeto (interface, página da internet, modelo, etc.) final será de acordo com as especificações relatadas.

¹⁵ Layouts: um esboço ou rascunho que mostra a estrutura física de uma página de um jornal, revista ou página na internet

¹⁶ Highlights: Destaques do site, área de maior destaque.

¹⁷ Home: Página principal de um site

- Salas de Concerto.

- Editorial: notícias sobre o circuito da música clássica e instrumental, além de conteúdo próprio com críticas e novidades.

- Cadastro de novos concertos.

O público alvo do projeto são: amantes da música instrumental, clássica ou popular, com idade de 12 a 70 anos de qualquer classe social. Todo conteúdo o seu conteúdo será disponibilizado gratuitamente no site e nas redes sociais e seus usuários poderão utilizar as ferramentas de acessibilidade dos seus smartphones, normalmente com total compatibilidade para acessá-lo.

O projeto visa se tornar o novo e principal canal de comunicação da cena erudita e instrumental, na cidade do Rio de Janeiro e adjacências.

3.4 ESTRATÉGIA DE AÇÃO:

DETALHAMENTO DO PROJETO:

PRÉ PRODUÇÃO:

- Contratação de equipe técnica;

- Contratação de designers;

- Contato e a realização de parcerias com as principais orquestras e casas de espetáculo da cidade;

PRODUÇÃO:

- Desenvolvimento da plataforma;

- Planejamento e execução das ações de divulgação;

- Finalizar a primeira versão da plataforma (Versão Beta);

- Buscar e inserir conteúdo (agenda cultural de música clássica) no site;

- Realizar a manutenção/atualização da plataforma e do conteúdo;

LANÇAMENTO DO PRODUTO CULTURAL:

- Colocar a plataforma online;

PÓS PRODUÇÃO;

- Finalizar pagamento de equipe;
- Avaliar o projeto;
- Entrega da prestação de contas;
- Envio de carta de agradecimento aos patrocinadores;

ESTRATÉGIA DE DIVULGAÇÃO;

O projeto buscará (no primeiro momento) a realização de parcerias com as principais e Orquestras do estado do Rio de Janeiro, visando ajudar esses grupos no atual momento de crise e facilitar o alcance da plataforma ao público. Ainda visando aproximar a plataforma do seu target¹⁸, ofereceremos divulgação gratuita (por 6 meses) para as principais salas de concerto e teatros, em troca de espaço para divulgação e promoção do site nos dias de concertos. Além também de propor uma parceria estratégica com a rádio MEC FM (Única rádio especializada em música clássica no RJ).

O Rio Concertos contará com os seguintes itens de divulgação da plataforma:

- Assessoria de imprensa com foco em divulgação digital;
- Anúncios pagos nas principais redes sociais, blogs e influenciadores do mercado da música erudita e instrumental;
- Criação de perfil e manutenção de conteúdo, nas principais redes sociais;
- Spots de 30 segundos, na rádio MEC FM;
- Confeção de 200 camisas para sorteios e ações promocionais;

¹⁸ Target: público-alvo de um plano de marketing ou campanha.

POSSÍVEIS PATROCINADORES:

Todas as empresas listadas abaixo, possuem histórico de patrocínios na área de música clássica e políticas/diretrizes com foco na promoção e divulgação da música clássica ou instrumental brasileira.

- Itaú Cultural
- Bradesco Seguros
- BNDES
- Eletrobrás
- Petrobrás BR
- Vale
- Light
- BTG Pactual
- Petroserv
- EDF Norte Fluminense

PLANO DE DISTRIBUIÇÃO;

- A plataforma estará sempre disponível, gratuitamente na internet;

ORÇAMENTO:

Pré-produção	Quantidade	Unidade	Quantidade de unidade	Valor Unitário	Total
Remuneração incluindo encargos sociais					
Coordenador do Projeto	1	Mês	10	R\$ 2.000,00	R\$ 20.000,00
Gerente de designer	1	Mês	10	R\$ 2.000,00	R\$ 20.000,00
Subtotal				R\$ 40.000,00	R\$ 40.000,00

Produção	Quantidade	Unidade	Quantidade de unidade	Valor Unitário	Total
Remuneração incluindo encargos sociais					
Designer	2	Mês	8	R\$ 1.500,00	R\$ 24.000,00
Estagiário	1	Mês	8	R\$ 1.000,00	R\$ 8.000,00
Gerente de conteúdo	1	Mês	8	R\$ 2.500,00	R\$ 20.000,00
Editor	1	Mês	8	R\$ 2.000,00	R\$ 16.000,00
Locação de computadores	2	Mês	9	R\$ 1.000,00	R\$ 18.000,00
Subtotal				R\$ 86.000,00	R\$ 86.000,00

Divulgação	Quantidade	Unidade	Quantidade de Unidade	Valor Unitário	Total
Remuneração incluindo encargos sociais					
Assessor de imprensa	1	Mês	R\$ 2.000,00	R\$ 16.000,00	R\$ 16.000,00
Spot de rádio 30 segundos	1	Mês	R\$ 2.000,00	R\$ 8.000,00	R\$ 8.000,00
Camisetas	200	Mês	R\$ 15,00	R\$ 3.000,00	R\$ 3.000,00
Anúncios pagos (redes sociais)	1	Mês	R\$ 200,00	R\$ 1.600,00	R\$ 1.600,00
Subtotal				R\$ 28.600,00	R\$ 28.600,00

Despesas Diversas	Quantidade	Unidade	Quantidade de Unidade	Valor Unitário	Total
Material de escritório	1	Unitário	1	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00
Contador	1	Mês	2	R\$ 2.000,00	R\$ 4.000,00
Agenciamento	1	Unitário	1	R\$ 7.000,00	R\$ 7.000,00
Assistente administrativo	1	Mês	8	R\$ 1.500,00	R\$ 12.000,00
Subtotal				R\$ 24.000,00	R\$ 24.000,00

Orçamento Total	R\$ 178.600,00
-----------------	----------------

*Orçamento modelo utilizado pela Lei Municipal de Incentivo à Cultura ISS-RJ

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

PRESTES FILHO, L.C. (org.) Cadeia Produtiva da Economia da Música. Rio de Janeiro: Incubadora Cultural Gênese; PUC-Rio, 2004

Mercado Fonográfico Mundial e Brasileiro em 2016: <http://pro-musicabr.org.br/wp-content/uploads/2017/05/Mercado-de-M%C3%BAAsica-Global-e-Brasileiro-em-2016-FINAL.pdf>

Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional:

http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2015-2018/2016/Lei/L13278.htm#ART1

Orquestra de Cordas da Grota – OCG: <http://ecg.org.br/>

Escola de Música da Rocinha: <http://www.emrocinha.org.br/>

Orquestra Maré do Amanhã: <http://www.maredoamanha.com.br/>