

OS SEGREDOS da produção musical

Nunca foi tão fácil dominar os “segredos” a serem descobertos da produção musical e de áudio, porque, na verdade, não são “segredos” e sim técnicas aprendidas com a experimentação prática e sedimentadas com vivência profissional. Em outras palavras, é mais uma questão de vontade do que de capacidade

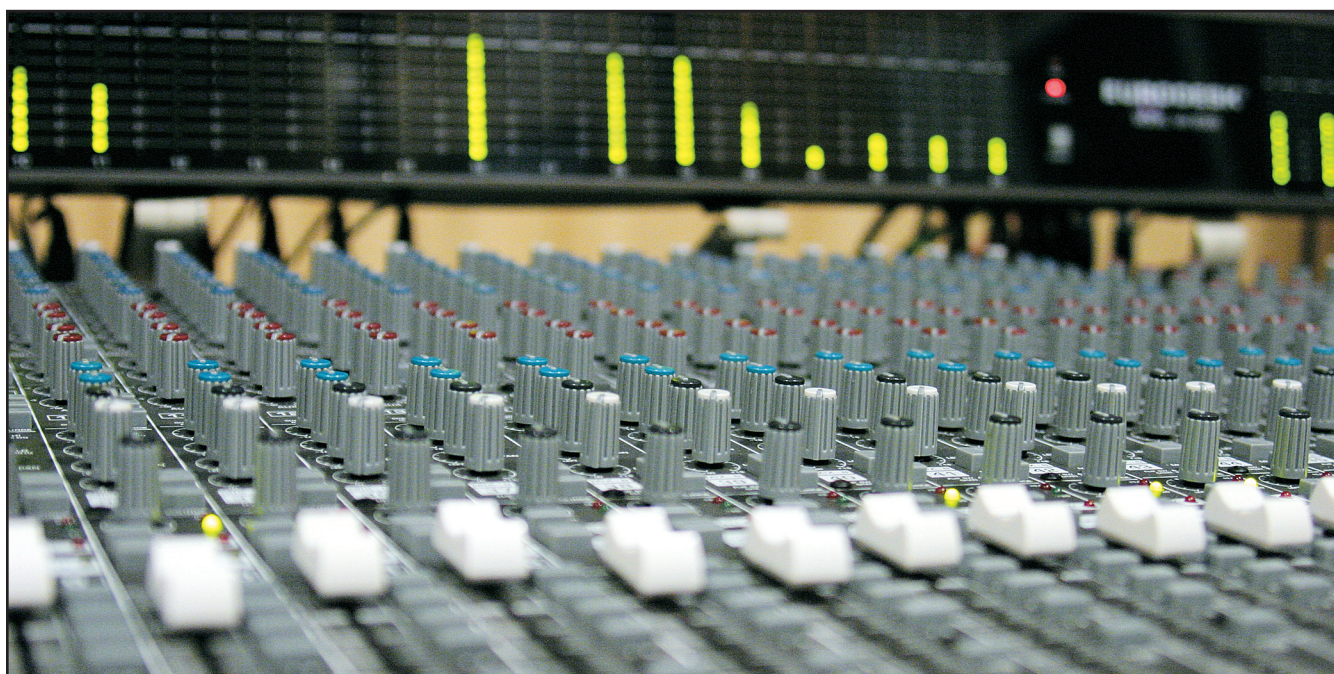
Sergio Izecksohn

backstage@backstage.com.br

As novas tecnologias simplificaram o acesso ao conhecimento e aos bens de produção musical. Hoje, todos os músicos, sejam eles profissionais, iniciantes ou amadores de qualquer classe social e estilo têm plenas condições de montar e operar um estúdio e de realizar gravações e mixagens de alto nível. Tornar-se produtor é parecido com aprender a tocar um instrumento: 99% de transpiração e 1% de inspiração, como dizem os mestres. Temos que admitir que é bem mais rápido aprender a dominar as técnicas

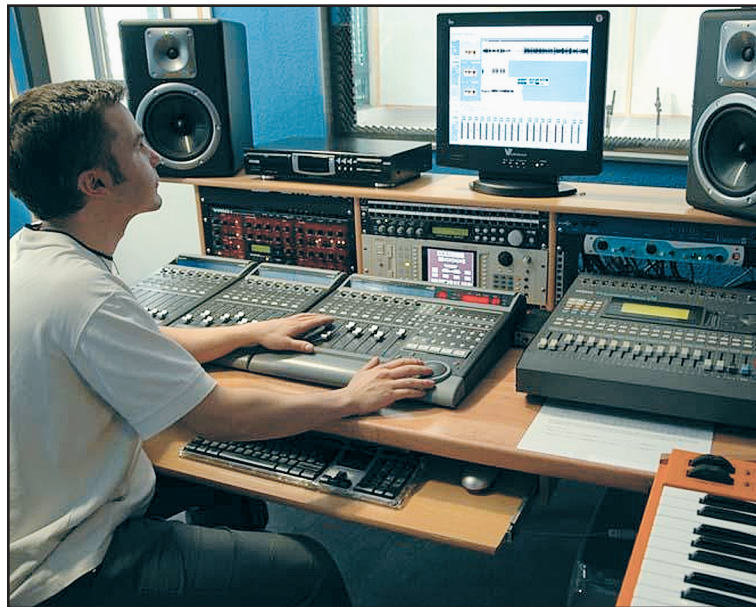
de gravação e de produção musical do que aprender a tocar bem a maioria dos instrumentos.

É importante ter alguma noção do que se passa nos computadores, já que eles passaram a ser o próprio sistema de gravação. Quem vai montar ou comprar um computador para gravar tem que saber escolher todas as peças e os programas, sob pena do sistema simplesmente não funcionar. Nossos estúdios, hoje, têm quase todos os componentes em forma de software. Já não são apenas programas grava-



dores, mesas de mixagem e efeitos, mas instrumentos musicais muito complexos com enormes coleções de timbres de altíssima qualidade, simuladores de amplificadores, de microfones, de ambientes acústicos, ferramentas revolucionárias para produção de música eletrônica e programas de edição de vídeo, a mídia para onde tantas outras estão con-

vergindo. Os computadores que suportam todos esses recursos são bem mais sofisticados do que aqueles montados para escritórios.



Com a queda na taxa dos produtos de informática e a desvalorização do dólar, computadores bastante robustos custam poucos milhares de reais.

Este era, nem faz muito tempo, o preço de um único item do estúdio, como um sintetizador popular ou uma mesinha de som, e não o custo de, praticamente, um estúdio inteiro. E muitos computadores com configurações mais antigas ou básicas rodam perfeitamente os programas mais leves e os mais antigos. Para realizar-

mos gravações e mixagens de instrumentos e vozes em pequena quantidade, em muitos casos, podemos usar um mesmo sistema por muito tempo,

sem necessidade de trocar de computador todo ano.

MERCADO DE TRABALHO

Mesmo com a facilidade de se montar um home studio em casa e com o consequente crescimento de profissionais do



Antonio Guerreiro de Faria

ramo, o mercado de trabalho não diminuiu. Esses “novos” produtores atendem diretamente ou através de agências a um mercado crescente e diversificado. Além dos já conhecidos clientes tradicionais, temos hoje empresas produtoras de multimídia, web designers e clientes diretos de todo tipo, como grandes e médias empresas com seus vídeos institucionais e de treinamento, igrejas, políticos, DJs e as múltiplas emissoras de TV digital que surgirão a partir de agora. Isto sem contar o público em geral que solicita transferência de áudio de mídias antigas para as novas como cópias de fitas e discos para CDs e arquivos MP3.

Todos esses clientes se voltam cada vez mais para a negociação direta com os produtores musicais. Paradoxalmente, quanto mais se torna uma atividade caseira, mais a produção de áudio e música expande seu mercado e, com isso, se estabelece como atividade econômica de massa e não mais somente de ponta. Não podemos esquecer as grandes produtoras e muitas outras empresas que absorvem diversos

produtores, mas é espantosa a multiplicação dos estúdios caseiros com atividade comercial permanente atuando em todos os municípios do país.

O QUE É PRECISO ESTUDAR

Da mesma forma que um músico precisa conhecer as propriedades do som e certas técnicas de utilização de recursos de áudio para produzir boa música, é fundamental o operador e o produtor de áudio conhecerem música para que o resultado do seu trabalho tenha musicalidade. Sem treinamento de sua audição, eles podem deixar passar erros de interpretação ou de harmonia dos músicos que gravam e terão mais dificuldade em compreender as funções dos instrumentos e vozes dentro de um arranjo, o que comprometerá a mixagem e o produto final. O produtor musical é, antes de tudo, um músico. Ao produzir um CD ou compor uma trilha, ele vai reunir todas as idéias musicais de forma equilibrada em um projeto, o que requer conhecimento.

Assim como ninguém precisa estudar telecomunicações para falar em um

celular, o produtor que usa uma mesa de som não é obrigado a entender de eletrônica. Quem precisa disso são os técnicos de manutenção, os projetistas de equipamentos e os desenvolvedores de programas. O melhor é o produtor musical estar atualizado na maior variedade possível de assuntos e acompanhar seu tempo.

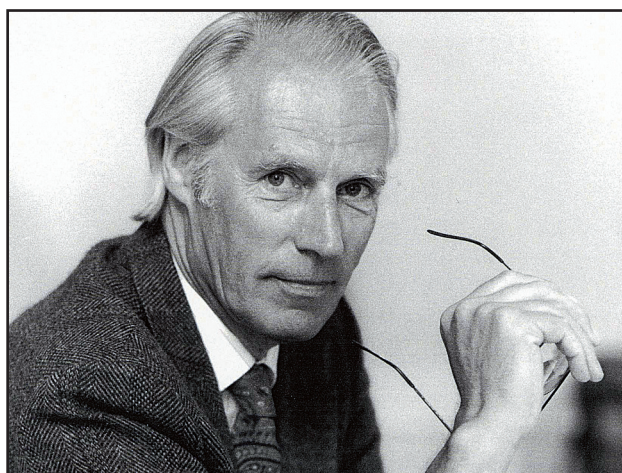
Vários novos produtores (infelizmente, alguns nem tão novos assim) julgam compensar suas deficiências de conhecimento utilizando presets dos plug-ins de áudio. Perseguindo supostos padrões de operação dos equipamentos e programas, seu som nada tem de padronizado ou a favor da maré, como eles provavelmente gostariam. Soa apenas desajeitado. A falta de conhecimento de áudio costuma impedir que o operador, o produtor e os músicos em geral encontrem o som que desejam. É muito importante conhecer a prática e a teoria musical, saber ler e escrever música, para realmente saber ouvir. Quem pretende seguir a carreira de produtor musical precisa conhecer música a fundo.

O estudo da música deve priorizar o aprendizado do instrumento favorito da pessoa, além de um instrumento harmônico como o teclado ou o violão, a teoria e a prática da percepção musical, harmonia popular e tradicional, arranjo e noções de contraponto. O estudo do áudio inclui conhecimentos sobre a física do som, captação, conversão do sinal analógico em digital, cabos e conectores, microfones, mesas de som, efeitos, equalizadores, compressores, redutores de ruídos,

endereçamento dos sons, monitores, acústica, técnicas de gravação, edição, mixagem e masterização, MIDI, programação de sintetizadores e samplers, programas e plug-ins de gravação e configurações de computadores.

Sem esses conhecimentos, mesmo que básicos, o senso crítico acaba, o conhecimento e a experimentação são substituídos por procedimentos-padrão. Todo mundo gravando igual, com o mesmo equipamento, regulado do mesmo jeito, pode transformar a arte em mera produção industrial.

Antonio Guerreiro de Faria, compositor, arranjador, produtor musical, pianista, mestre em música, com trabalhos publicados no Brasil e no exterior e professor de harmonia da UNIRIO, ressalta que um produtor musical precisa conhecer a teoria musical para produzir um bom trabalho. “Se a gente pegar o Sargent Peppers, dos Beatles, disco premiado e um dos ícones da década de 1960, fundamental na mudança de todo panorama musical do mundo, vai ver



Sir George Martin

que foi produzido até a medula por George Martin, um músico erudito que estudou composição seriamente. Será que você pensa que o trompete e as trompas foram produzidos pelo John Lennon? Foi George Martin que escreveu tudo aquilo”.

De acordo com Guerreiro, Thom Bell também é um grande exemplo de um produtor completo. “Ele começou tocando piano erudito, estudou composição e foi morar na Filadélfia, EUA. Lá ele criou o Philly Sound (o Som da Filadélfia), com o colorido harmônico de todos os arranjos característicos que marcaram até hoje a década de 70. Em parceria com a letrista Linda Creed produziu o famoso grupo de soul The Stylistics, que fez entre outros sucessos “You are everything”. Depois, fez a disco music e os Bee Gees o contrataram

como arranjador. Fizeram a trilha sonora de ‘Saturday Night Fevers’ e criaram uma nova febre que tomou o mundo”. Para o especialista, César Guerra-Peixe – seu professor durante décadas e de Rildo Hora, o produtor de Zeca Pagodinho, entre outros nomes – e Radamés Gnattali, que trabalhou durante décadas na Rádio Nacional, são os grandes nomes de produção musical no Brasil.

“Foi dos anos 90 até a atualidade que se introduziu mais tecnologia na música. Os produtores de antes desta década eram formados em composição, conheciam concertos, história da música, eram homens cultos e escreviam música em uma época em que a imagem não interferia na qualidade musical. Hoje em dia parece que a imagem tomou o lugar da música. Isso é muito ruim. O produtor aponta com o dedo para o gráfico do áudio na tela e diz ‘ah, aqui está desafinado!’. Ele não ouve mais. ‘Passou de tanto, vamos comprimir!’. É a receita de bolo. George Martin botou um quarteto de cordas tocando com os Beatles. Criou um som. Esse para mim é o perfil de um produtor de música. Só as pessoas que estudam e que têm cultura musical e geral podem se intitular com sucesso”, avalia.

Gravação multipista

Gravar tudo sozinho é, hoje, um hábito de muitos profissionais, entretanto, os pioneiros causaram estranheza. Em 1968 e 1973, gênios como o tecladista Wendy (Walter) Carlos e o multiinstrumentista Mike Oldfield lançaram, respectivamente, “Switched-On Bach” e “Tubular Bells” tocando todos ou quase todos os

instrumentos, fossem eletrônicos, elétricos ou acústicos. O costume nas sessões da época era de todos os músicos serem gravados ao mesmo tempo. Essa foi uma conquista da gravação multipista e o alcance de uma nova fronteira na produção musical, que deve ser vista sem preconceitos.

ONDE APRENDER

Já existem vários cursos livres de áudio e produção musical no Brasil, alguns de boa qualidade. No entanto, bastante gente confunde cursos superiores de engenharia de áudio com ensino de produção musical. A en-

genharia de áudio é uma especialização da eletrônica para formar projetistas de equipamentos e especialistas em acústica de produtos.

“O conceito americano é de que o produtor produz o som, um conceito muito mais profundo que os permitiu fazer a música que eles fizeram. Depois, nos outros quatro períodos

é que o aluno vai ter engenharia de som, engenharia de produção musical, gravação, mixagem e outras matérias de áudio e MIDI inerentes ao curso de produção musical. Mas ele passa os quatro primeiros períodos estudando intensivamente música. Depois, nos outros quatro períodos é que ele vai ter matérias ligadas ao estúdio. As matérias musicais tomam mais da metade do curso. Na Berklee College of Music, o produtor musical em nível técnico nos EUA estuda dois períodos de regência, e isso não é nenhum exagero, porque ele pode ter que reger uma orquestra enquanto produtor e arranjador”, ressalta Antonio Guerreiro.

“No Brasil, é comum nivelar por baixo, com a constante preocupação de adaptar à realidade brasileira. Eu nunca me conformei com isso, pois acho que essa realidade tem que ser mudada. Ela não tem que ser carregada nas costas nem ser lamentada; ela tem que ser transformada. Isso se a gente quiser fazer um país decente.



Outra coisa que dificulta muito aqui é a estrutura do ensino massivo das universidades que põem em sala 20, 25 alunos, na esperança de que alguém saiba alguma coisa. Na Alemanha, as turmas de harmonia e de percepção têm cinco alunos para cada professor. Isso é uma bofetada no nosso sistema em alto estilo, porque eles querem formar com qualidade, não querem quantidade. Aqui no Brasil o MEC exige uma quantidade de alunos para cada professor. Se tem cinco alunos em sala, está-se desperdiçando o professor ‘só’ para cinco alunos. Nossa realidade é a mais tacanha e a mais retrógrada imaginável. Não é assim que a gente vai construir um país. O brasileiro precisa ser mais informado. Ao dizer isso em uma revista com a articulação que a **Backstage** tem, eu fico esperançoso de poder modificar alguma coisa na estrutura da produção musical deste país. O produtor tem que saber usar os recursos digitais e de MIDI, mas tem que ser capaz de reconhecer quando uma corda do violão

está desafinada”, revela o especialista.

A Internet pode ser um ótimo campo para obtermos informações sobre áudio. Visitar os sites dos fabricantes e ler os manuais dos programas e dos equipamentos traz um bom volume de conhecimento. Existem diversos sites com vídeos educativos sobre o uso dos progra-

mas. Os problemas aparecem quando o estudante confunde opinião e informação com conhecimento. Algumas pessoas tendem a valorizar qualquer coisa publicada, mesmo que esteja escritas em fóruns de discussão e em blogs. Aí é que mora o perigo. Fóruns são para detectarmos tendências, não para estudarmos. Muitas vezes, alguém que não sabe muito bem o que está perguntando debate com outros que também não têm muita certeza do que estão respondendo. Fontes confiáveis de conhecimento são sites de cursos e de instituições isentos, sem compromissos comerciais. É óbvio que cada fabricante e cada revendedor vai sempre mostrar as vantagens dos seus produtos, nunca os defeitos. Nessa hora, os fóruns de debates podem ser úteis para conhecermos o lado dos usuários.

O QUE OUVIR

O bom produtor escuta todo tipo de música. É fundamental para quem começa na carreira ir a shows de música popular e concertos de música erudita.

Entrar em uma sala de concertos e ouvir e ver uma orquestra sinfônica se apresentando sem microfones e nenhum aparato de áudio é muito importante.

Antonio Guerreiro recomenda também ouvir música japonesa, árabe, indiana, as músicas do mundo, trance, trash, hard rock. “É bom que o produtor musical esteja voltado para o processo de globalização, já que a tendência é a fusão de estilos, tendências musicais diversas, de diferentes culturas que estão se fundindo. Toda cultura é um processo de fusão, se intercambiam e se interdependem. Ninguém pode ser técnico ou produtor de um estilo só. Seria muito triste”, finaliza.

PRODUTOR E CLIENTE

O produtor deve entrar em sintonia com o cliente. É necessário saber questionar com paciência e respeito, ouvindo e demonstrando interesse. O cliente precisa perceber que aceitamos suas idéias e que valorizamos e entendemos seus sentimentos e necessidades. Existe a necessidade do cliente ver que o produtor não está distante e insensível, mas que admira sua música e quer fazer o melhor para valorizá-la ainda mais. Grandes problemas podem acontecer quando o produtor se vê em posição superior à do seu cliente. A situação ideal é observada quando o produtor disponibiliza ao cliente seu conhecimento, sua atenção e disposição em ouvir, compreender e ajudar.

COMO COBRAR

A negociação de uma produção é um momento delicado e crítico. O produtor, mesmo o iniciante, deve ter a

real noção do valor do seu trabalho e dos benefícios que trará ao cliente. Não adianta tentar se diferenciar no mercado pelo melhor equipamento. Logo aparece outro com equipamento superior. E aí, todo o investimento pode não ter retorno. Igualmente, destacar-se pelo menor preço costuma ser desastroso. Primeiro, porque você fica nivelado por baixo, identificado por cobrar “baratinho”, sem chances de aumentar seus ganhos no futuro; segundo, porque um garoto com um “paitrocador” pode trabalhar até de graça, só para praticar, e levar sua clientela.

Cobrar menos do que o valor do seu trabalho vai levar você ao desinteresse; cobrar muito pode levar o cliente a desistir. Encontre o preço adequado, equilibrando o seu investimento pessoal e material com as possibilidades do seu mercado. Mesmo que alguns clientes não disponham do capital para investir agora, eles o procurarão no futuro. Seja flexível, cobrando valores diferenciados ou dando descontos para clientes com diferentes condições.

Para encontrar seu preço, leve em conta os custos da produção (seu tempo, suas despesas com luz, a depreciação do material, outros profissionais contratados) e o potencial de lucro para o cliente. Ao produzir jingles publicitários e trilhas sonoras, considere a área geográfica, o prazo de exibição, a audiência das emissoras que vão exibir o trabalho e o potencial de lucro do cliente. Não podemos esquecer a concorrência. É claro que o preço não pode ser muito distante da média

do nosso mercado. Portanto, diferenciar-se artisticamente é fundamental. Estilo costuma ser uma das principais questões que levam os clientes a escolherem o produtor musical.

O produtor e professor de produção executiva de CDs do Home Studio, Leandro Fregonesi, acredita que o produtor deve cobrar o seu serviço com base na duração do projeto, na quantidade de trabalho, nos valores de mercado no qual o projeto será realizado, na quantidade de responsabilidade que será depositada sobre o produtor, no tamanho e importância do contratante e em eventuais autorizações prévias de uso de obras, fonogramas ou imagem.

Os prazos de entrega devem ser cumpridos para não prejudicar, desinteressar ou irritar o cliente. Para combinar prazos viáveis, faça um planejamento minucioso de todas as etapas do processo. Na negociação podem ser oferecidos serviços extras incluídos no preço: confecção das partituras, da arte da capa do álbum, outros músicos incluídos no custo, preparação vocal, produção executiva, encaminhamento para distribuidoras e fábricas de CDs e apresentação de provas durante a produção para o cliente aprovar.

Não descuide dos contratos, garantindo os créditos na ficha técnica e os devidos direitos autorais e conexos, seus e dos profissionais envolvidos. Mesmo em produções pequenas com combinação verbal, tudo tem que estar muito bem esclarecido e combinado. Com estes cuidados, os clientes aparecem, voltam e, certamente, se multiplicam. 