

O que é um produtor musical?



Na indústria musical, um **produtor musical**, **produtor discográfico** ou **produtor executivo** é o termo que designa uma pessoa responsável por completar uma gravação e reprodução sonora para que esteja pronta para o lançamento. É esta pessoa quem controla as sessões de gravação, ensaia e guia os músicos e cantores e faz a supervisão do processo de mixagem e de masterização de áudio.

Na primeira metade do século XX, o papel do produtor musical lembrava aquele do produtor cinematográfico, em que o produtor musical supervisionava as sessões de gravação, pagava os técnicos, músicos e os responsáveis pelo arranjo das músicas, e algumas vezes até escolhia material para o artista. Pela década de 1960, os produtores musicais pegaram um papel mais direto no processo musical, incluindo criar arranjos, cuidar da engenharia da gravação e até mesmo escrever o material. Através de tudo isso, os produtores têm tido uma forte influência, não apenas em carreiras individuais, mas no curso da música popular.

Hoje em dia, com a diminuição dos custos de material, aumento dos interessados na área e com o grande aumento de marcas, modelos e tipos de material, há cada vez mais home-studios e produtores caseiros. Muitos artistas tornaram-se produtores musicais sozinhos, e o contrário também já ocorreu: produtores viraram os artistas.

Em Portugal, as licenciaturas orientadas para a área de produção musical encontram-se na Escola Superior de Música e Artes do Espectáculo do Instituto Politécnico de Porto (curso de Produção e Tecnologias da Música) e na Escola Superior de Artes Aplicadas do Instituto Politécnico de Castelo Branco (Música Electrónica e Produção Musical).

No Brasil, existe o bacharelado em Música com ênfase em produção musical na Universidade Federal de Campina Grande (UFCG); a graduação em 'Produção Fonográfica' nas Faculdades Integradas Barros Melo (AESO) em Olinda, Pernambuco; na Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS) em São Leopoldo, Rio Grande do Sul; graduação em 'Produção Fonográfica' na Universidade Católica de Pelotas (UCPel), Rio Grande do Sul; graduação em 'Produção Fonográfica' na Universidade Estácio de Sá no Rio de Janeiro; e o tecnólogo em 'Produção Musical' na Universidade Anhembi Morumbi (SP).

[Produtor Musical](#) - Ricardo F Ramos - Músico arranjador e produtor musical fundou o Sindicato Patronal "Sindigrava" em 2001 das gravadoras, produtoras de som e imagem no Brasil.

O que faz um Produtor Musical?

Saiba **COMO** e **ONDE** você pode atuar!

Primeiramente, é bom esclarecer como funciona a monetização de uma produtora de áudio. Ela acontece pela concessão ou venda de direito de uso de uma determinada obra. Este valor é determinado pela complexidade da obra, e pelos meios midiáticos através dos quais ela será transmitida e/ou reproduzida. Logo, **trabalhar com música** ou áudio é construir patrimônio.

No Brasil, o órgão que faz a arrecadação, fiscalização e a distribuição dos valores referentes aos direitos autorais é o **ECAD**. Para garantir que a sua criação não seja usada fora dos termos acordados, o cadastro na **ABRAMUS** deve ser feito, de modo a gerar um ISRC, além de registrar a obra na Biblioteca Nacional. Dessa forma, o ECAD poderá fiscalizar e cobrar os valores referentes às utilizações, repassando ao produtor(a) a respectiva parte sobre qual tem direito. Logo mais faremos um post falando exclusivamente sobre o assunto.

Publicidade

Para um produtor musical, trabalhar para empresas relacionadas a publicidade é um bom negócio. Isto, pelo custo de produção, simplicidade e boa demanda. Entre os serviços prestados estão: **trilhas sonoras**, locuções, spots (nome padrão para locução com trilha de fundo), **mixagem, masterização** e jingles (música e letra original).

Anúncios publicitários tem de 15 segundos à 1 minuto para offline e até 2 minutos para online. Um dos fatores determinantes para conseguir clientes é o **prazo de entrega**. Então, se há pretensão de atuar nesse ramo, é necessário boa comunicação com seus clientes e locutores para evitar erros e consequentes atrasos.

Cinema

O mercado de cinema é o oposto da publicidade para a profissão produtor musical. Não há uma grande demanda, mas as cifras são, muitas vezes, bem maiores, graças ao alto valor agregado. Os principais produtos a oferecer são as músicas originais, as **cue**s (que são as músicas específicas para cenas específicas), criação de foleys e audiodesing. Seu trabalho pode custar um pouco mais que o do seu concorrente. Isto, pois um áudio excelente pode fazer toda a diferença no sucesso de um filme, novela, seriado, e até mesmo um documentário, pela grande influência que causa na narrativa. Se você quer entrar nesse ramo, tem que garantir que todo o processo de criação e audiodesign seja bem feito. E, provavelmente, precisará de uma equipe competente para cuidar de todo esse processo.

Jogos

Hoje, no Brasil, existem cerca de 300 empresas desenvolvedoras de jogos. Não chega a ser um grande mercado, mas é bom lembrar que existe trabalho na área e ele pode ser bem promissor nos próximos anos. Algumas dessas empresas exportam games, e com as atuais facilidades de comunicação não há grande barreira que nos impeça de trabalhar para clientes fora do país.

Há grande variedade de serviços. Por exemplo, para dispositivos móveis, jogos educativos e de publicidade. Alguns precisam de músicas para fases, para gameplay, menus e etc... Existem trilhas de gameplay que oferecem grande desafio composicional devido às variações para os diferentes momentos da trama. As possibilidades de serviços para a profissão produtor musical nesse setor não tem limites.

Artistas

O Brasil tem uma grande bagagem cultural, traduzida também na música. Existem grandes artistas por aí querendo uma chance para **viver de música**. Para alcançar isso, eles procuram uma gravadora ou um selo independente. Um selo/gravadora pode fornecer inúmeros serviços para os artistas. A principal seria a produção fonográfica (gravação, mixagem, masterização). Mas numa produtora você também pode encontrar os serviços de composição, arranjo e na ponta da lança, a distribuição. A monetização das partes ocorre de diferentes formas, muitas gravadoras investem em artistas e ganham pela sua parte em direitos autorais, outras recebem um valor para a venda dos direitos do fonograma para o artista que, tendo 100% dos direitos, escolhe em vender parte do mesmo para uma outra gravadora ou um terceiro.

Em nosso próximo post, falaremos sobre direitos e sobre como um produtor musical pode realizar o registro de seu fonograma.

O mercado da música sempre está mudando.

