

Relatório de Estágio

A Importância de competências de Empreendedorismo
no Ensino de Música

Sócrates dos Santos Gomes Bôrras

Mestrado em Ensino de Música

Junho de 2020

Orientador: Professor Pedro Moreira

Co-orientador: Professor Doutor Ricardo Pinheiro

Relatório de Estágio

A Importância de competências de Empreendedorismo
no Ensino de Música

Sócrates dos Santos Gomes Bôrras

Relatório Final do Estágio do Ensino Especializado, apresentado à Escola Superior de Música de Lisboa, do Instituto Politécnico de Lisboa, para cumprimento dos requisitos à obtenção do grau de Mestre em Ensino de Música, conforme Decreto-Lei n.º 79/2014, de 14 de maio.

Junho de 2020

Orientador: Professor Pedro Moreira

Co-orientador: Professor Doutor Ricardo Pinheiro

Índice Geral

Índice de Figuras	iv
Índice de Tabelas	v
Lista de Termos e Abreviaturas	vi
Resumo I	vii
Abstract I	viii
Resumo II	ix
Abstract II	x
Introdução	xi
PARTE I	1
1. Âmbito e Objetivos	2
1.1. Competências a desenvolver	2
1.2. Expectativas Iniciais	2
1.3. Análise do Estagiário	3
2. Escola Profissional Metropolitana	4
2.1 Historial e Contextualização	4
2.2 Enquadramento e Caracterização	5
2.3 Organização e Gestão da Escola	5
2.4 Oferta Educativa	6
2.5 Ligação à Comunidade	9
2.6 Protocolos e Parcerias	9
2.7 Ambiente Educativo	10
2.8 Resultados	10
2.9 Plano de Atividades	10
3. Escola do Hot Clube de Portugal	12
3.1 Historial e Contextualização	12
3.2 Enquadramento e Caracterização	13
3.3 Organização e Gestão da Escola	15
3.4 Oferta Educativa	15
3.5 Ligação à Comunidade	17
3.6 Protocolos e Parcerias	18
3.7 Ambiente Educativo	19
3.8 Resultados	19
4. Práticas Educativas Desenvolvidas / Estágio	21

4.1 Enquadramento	21
4.2 Caracterização dos Alunos Selecionados	22
4.2.1 Aluno A – 11 ° ano (EPM)	22
4.2.2 Aluno B – 3º ano do Curso Regular (HCP)	22
4.2.3 Aluno C – 4ºano do Curso Regular (HCP)	23
4.3 Descrição das Aulas Observadas/Lecionadas	24
4.3.1 Aluno A	24
4.3.2 Aluno B	25
4.3.3 Aluno C	26
4.4 Atividades Extracurriculares	28
4.5. A Influência da Pandemia Covid-19 no Estágio Profissional	28
5. Reflexão Final	31
PARTE II	35
A IMPORTÂNCIA DE COMPETÊNCIAS DE EMPREENDEDORISMO NO ENSINO DE MÚSICA	35
1. Introdução	36
1.1 Descrição, Objetivos e Motivação.	36
2. Contexto Geral	38
2.1 Empreendedorismo nas Artes	38
2.2 Fatores que transformaram a Indústria	39
2.3 Será que o ensino deste tipo de competências faz realmente sentido?	43
2.4 Tendências na Construção dos Programas Curriculares	45
3. Investigação	47
3.1 Enquadramento	47
3.2 Metodologia	47
4. Carreiras disponíveis no mercado de trabalho	49
5. Funcionamento da Indústria Musical	51
5.1 Indústria Discográfica	51
5.2 Streaming	53
5.3 <i>Managers</i> e Agentes	55
5.4 Direitos de Autor	57
5.5 Direitos de Artista	58
6. Marketing	61
6.1 Promoção	61
6.2 <i>Branding</i>	62

6.3 Redes sociais	63
6.4 Biografia	64
6.5 <i>Curriculum Vitae / Resume</i>	64
6.6 <i>Demo</i>	65
6.7 <i>Websites</i>	65
6.8 A arte de desenvolver audiências	66
6. Financiamento	69
7. Noções Básicas de Contabilidade	73
8. Gestão de Tempo	75
9. <i>Networking</i>	76
Conclusão Final	78
Bibliografia	79

Índice de Gráficos

Gráfico 1 - Receitas da indústria musical nos Estados Unidos	41
--	----

Índice de Tabelas

Tabela 1 - Plano Curricular do Curso Básico de Instrumentista	7
Tabela 2 - Plano Curricular do Curso Profissional Instrumentista	8
Tabela 3 - Concertos da EPM	9
Tabela 4 - Plano Curricular do Curso Regular do HCP	17
Tabela 5 - Lista de algumas possibilidades de rendimento	47

Lista de Termos e Abreviaturas

HCP	Hot Clube de Portugal
EPM	Escola Profissional Metropolitana
AMEC	Associação Música, Educação e Cultura – O Sentido dos Sons
FCT	Formação em contexto de trabalho
ANSO	Academia Nacional Superior de Orquestra
CMM	Conservatório de Música da Metropolitana
PAP	Prova de Aptidão Profissional
IASJ	International Association of Schools of Jazz
NMC	Newpark Music Centre
ETIC	Escola de Tecnologias Inovação e Criação
AEC	Atividades de Enriquecimento Curricular
DIY	<i>Do It Yourself</i>
GDA	Gestão dos Direitos dos Artistas
SPA	Sociedade Portuguesa dos Autores
SEM	<i>Search Engine Monetization</i>
SEO	<i>Search Engine Optimization</i>

Resumo I

A primeira parte do Relatório de Estágio diz respeito à parte pedagógica, ou seja, ao Estágio do Ensino Especializado. Este estágio foi realizado no ano letivo 2019/2020 em duas escolas, a Escola do Hot Clube de Portugal (HCP) e a Escola Profissional Metropolitana (EPM), em regime de observação. Foram observadas aulas de três alunos de anos diferentes, um aluno da EPM (do 11ºano) e dois alunos da escola do HCP (3º e 4º ano do curso regular). João Pedro Silva (EPM) e César Cardoso (HCP) foram os professores cooperantes destas instituições.

Nesta primeira parte, serão apresentadas em primeiro lugar as expectativas e as competências a desenvolver por parte do mestrando. De seguida, é feita a caracterização de cada uma destas escolas, assim como as suas ofertas em termos educativos, o seu ambiente, um pouco da sua história, entre outros aspetos que se considerem importantes. O ponto seguinte reflete sobre as aulas existentes e as características de cada um destes alunos, retratando os principais problemas e a descrição das aulas observadas. Para finalizar, é feita uma reflexão sobre a atividade docente, analisando todas as dificuldades e as estratégias utilizadas.

Abstract I

The first part of my Internship Report concerns the pedagogical area, that is, the Internship of the Specialized Teaching. This internship was done during the school year 2019/2020 in two schools, the Hot Clube de Portugal school (HCP) and the Escola Profissional Metropolitana (EPM) in an observing regimen. There were observed classes of three students in different school years, a student from the EPM (in the 11th grade) and two students from the HCP (in the 3rd and 4th grade of the regular course). The cooperative teachers from these institutions were João Pedro Silva (EPM) and César Cardoso (HCP).

In this first part, the expectations and competences to be developed will be presented. Then the characterization of each one of these schools will be done, as well as their own educational offers, their environment and a bit of their history among other aspects that may be considered important. The following issue reflects on the existing classes and the characteristics of each of these students, portraying the main problems and the description of the observed classes. In conclusion, it will be made a reflection about the teaching activity, analysing all the difficulties and the strategies used.

Resumo II

A segunda parte do relatório de estágio diz respeito ao trabalho de investigação. A necessidade de uma disciplina no ensino superior de música, que nos dê os conhecimentos necessários para alcançarmos os nossos objetivos no mercado de trabalho enquanto músicos é o tema deste trabalho. Começando com uma revisão de literatura, expondo todos os conceitos e questões que se têm vindo a colocar, conseguimos compreender os problemas e fatores que fizeram emergir este campo de estudo. De seguida, este trabalho tem como objetivo/problemática apresentar os conceitos e temáticas que devem ser abordados numa futura cadeira que possa vir a ser implementada em Portugal. Para isto foi feita uma pesquisa bibliográfica utilizando os recursos pedagógicos utilizados em universidades estrangeiras e foram realizadas entrevistas que nos permitiram obter conhecimento nesta área, especificamente no contexto português.

Abstract II

The second part of the report of my internship concerns the research work. The need of a subject in the teaching of Music that could give us the necessary knowledge to achieve our own goals in the working market is the theme of this work. Starting with a review of literature, exposing the concepts and questions that have been emerging, we can understand the problems and the factors that made this field of study to appear. After that, this work has the objective to present all the concepts and themes that should be approached in a future subject that may come to be implemented in Portugal. For this purpose, it was done a bibliographic research using the pedagogical means used in several universities and were carried out interviews that allowed us to get the necessary knowledge about this theme, specifically in the Portuguese context.

Introdução

O relatório de estágio inicia-se com uma descrição das instituições onde este se realizou, o Hot Clube de Portugal (HCP) e a Escola Profissional Metropolitana (EPM). De seguida, é realizada uma caracterização dos alunos observados, assim como a sua evolução e as suas especificidades. Recorrendo a observações do estágio profissional, são levantadas algumas questões sobre o ensino do saxofone e do jazz. A conceção de uma “voz” única, as metodologias que devem ser aplicadas no desenvolvimento da criatividade e os métodos utilizados pelos professores cooperantes são alguns dos tópicos que são abordados.

A segunda parte deste trabalho introduz como questão principal a validade do ensino de competências ligadas ao empreendedorismo nos cursos superiores de música. Partindo dos fatores que nas últimas décadas mudaram o mercado de trabalho no campo artístico, é feita uma reflexão sobre as razões que tornam importante este tipo de ensino, assim como as suas raízes, a sua evolução e as suas vantagens. Os temas que constituem o ensino de empreendedorismo nas artes são discutidos de seguida, demonstrando a importância de tópicos como o financiamento, a promoção e o funcionamento da indústria musical.

PARTE I
PARTE PEDAGÓGICA

1. Âmbito e Objetivos

1.1 Competências a desenvolver

No estágio profissional pretende-se desenvolver certo tipo de competências. Estas passam por:

- Observar e aplicar todo o conhecimento adquirido nas cadeiras do ano anterior de Música, Ciências Sociais e Ciências da Educação;
- Adquirir conhecimento sobre o funcionamento das instituições de ensino e do meio envolvente;
- Adquirir, enquanto professor, novos conhecimentos e abordagens sobre como abordar certos temas;
- Aprender o processo do planeamento de aulas com a sua prática;
- Compreender a adaptação necessária dos métodos e estratégias adequadas a diferentes alunos, com diferentes necessidades e motivações;
- Desenvolvimento de capacidade crítica e reflexiva sobre o processo de ensino e autoanálise enquanto professor.

1.2 Expectativas Iniciais

As minhas expectativas iniciais prendiam-se maioritariamente com a oportunidade de poder observar e adquirir novas ferramentas de ensino. Teorias motivacionais, questões ligadas ao feedback e à criação de expectativas no aluno foram pontos que considereei serem interessantes para observação na prática desde o início do estágio profissional.

Tendo tido pouca experiência de ensino, previa algumas dificuldades no ensino de conceitos que normalmente são complicados de lecionar, ou seja, conhecimento tácito. Questões ligadas ao som ou aspetos ligados aos diferentes tipos de *swing*, são alguns conceitos complicados que exigem mais tempo no processo de transportar o conhecimento para o aluno no início da nossa atividade profissional enquanto professores. É necessário algum tempo de ensino para que um professor possa

adquirir várias ferramentas e formas de ensino, adequadas a vários tipos de alunos, para que os seus ensinamentos ocorram de uma forma mais fácil e natural. Em específico o ensino do *swing* é um desafio que se apresenta no início do jazz e que o destaca em relação ao ensino tradicional de música erudita. Impõem-se outras questões como os métodos para fomentar a criatividade no aluno e que processos devem ser inculcados para uma evolução da linguagem jazzística do aluno. A improvisação deverá ser ensinada a partir de um processo auditivo ou mais teórico, utilizando assim uma relação de acorde-escala? Estas são algumas das problemáticas que distinguem estes dois tipos de ensino de música.

1.3 Análise do Estagiário

Enquanto estagiário exponho alguns aspetos favoráveis, nomeadamente apresentar um vasto leque de diferentes maneiras de combater alguns problemas, como por exemplo a falta de linguagem musical, conhecimento em termos de recursos educacionais e experiência enquanto músico. Contudo, alguma dificuldade em expressar verbalmente de forma clara alguns conceitos é um dos pontos fracos que apresento enquanto docente e que terei de trabalhar e melhorar neste estágio profissional. A possibilidade de realizar o estágio em duas das mais prestigiadas instituições de ensino de música do país, de observar diferentes formas que outros professores utilizam para eliminar certos problemas e de poder observar a aplicação prática de conceitos de ensino que foram assimilados no ano letivo anterior apresentam-se como oportunidades neste estágio. A falta de assiduidade de alguns alunos é um fator externo sobre o qual o terei de refletir de forma a combater esta ameaça.

2. Escola Profissional Metropolitana

2.1 Historial e Contextualização

A Escola Profissional Metropolitana foi criada no ano letivo 2008/2009, sendo a sua entidade proprietária a Associação Música, Educação e Cultura – o Sentido dos Sons, normalmente apelidada de AMEC | Metropolitana. A sua criação veio colmatar a falta de ensino especializado na área da música, de nível II e nível IV de qualificação do Quadro Nacional de Qualificações. Desta forma, a EPM é destinada aos jovens que queiram desenvolver as suas capacidades musicais, tendo como objetivo dinamizar a animação cultural em Portugal e no estrangeiro, a promoção do ensino musical e o alargamento da cultura musical. Sendo a EPM uma escola profissional, a sua principal característica é ser dirigida a jovens que estudam prioritariamente música e que pretendem ser músicos profissionais. A EPM, ao prestar um serviço público, é apoiada pelo Ministério da Educação.

A AMEC, criada em 1992, é uma associação sem fins lucrativos de carácter cultural e pedagógico. Tem como objetivos promover a animação musical e cultural através da divulgação de espetáculos musicais, promover o ensino de música de nível básico, secundário e superior e, por fim, promover também quaisquer iniciativas ligadas à cultura musical. Conta com vários patrocinadores, mecenas e outros parceiros que, juntos, têm como objetivo impulsionar o ensino de música. A Associação Música, Educação e Cultura gere ainda o Conservatório de Música da Metropolitana e a Academia Nacional Superior de Orquestra. Para além destas instituições de ensino, a AMEC tutela ainda três orquestras: a Orquestra Metropolitana de Lisboa, a Orquestra Sinfónica Metropolitana e a Orquestra Académica Metropolitana. Existem ainda outros grupos de música de câmara como a Brass Ensemble Metropolitana, as Percussões da Metropolitana, os Jovens Solistas da Metropolitana, a Orquestra de Sopros da Metropolitana, o Ensemble de Saxofone da Metropolitana, entre outros.

Esta associação, segundo os seus estatutos, tem como associados fundadores a Câmara Municipal de Lisboa, o Ministério da Educação, o Ministério da Cultura, o Ministério do Trabalho e da Solidariedade Social, a Secretaria de Estado do Turismo e a Secretaria de Estado da Juventude. No total, a associação tem 350 alunos, 93 professores, 24 administrativos e 35 músicos profissionais.

2.2 Enquadramento e Caracterização

As suas instalações localizam-se na sede da associação AMEC | Metropolitana, na Travessa da Galé, nº36 – Lisboa, estando situadas no antigo edifício da Standard Elétrica. Este edifício é composto por quatro pisos, nos quais existem 46 salas de aula; 13 salas para os departamentos administrativos; 2 auditórios; 2 salas para os alunos; 1 estúdio; 1 reprografia; 1 biblioteca; 1 sala de professores; 2 casas de banho públicas; e um restaurante/bar. Cada sala está equipada com os materiais necessários para as aulas, ou seja, consoante as necessidades de cada sala, estas estão equipadas com pianos, espelhos, estantes, mesas, cadeiras, instrumentos de percussão, entre outros materiais. No geral, a EPM apresenta instalações de ensino razoáveis. Contudo, o número de salas é insuficiente dado o grande crescimento que a AMEC tem vindo a ter até aos dias de hoje. É necessário referir os esforços contínuos de renovação e remodelação que a Metropolitana tem efetuado ao longo dos anos¹.

Sendo este edifício a casa de mais instituições de ensino de música, é possível a um aluno de 3 anos de idade ingressar no Conservatório de Música da Metropolitana e acabar os seus estudos de ensino superior na Academia Nacional Superior de Orquestra (no mesmo edifício). A AMEC dispõe assim de uma vasta oferta educativa, resultando numa vantagem única a nível nacional. Esta característica tem o nome de agrupamento vertical, sendo apenas possível devido ao facto de se tratarem de várias instituições (ANSO, EPM e CMM).

2.3 Organização e Gestão da Escola

Segundo os estatutos da EPM, esta tem autonomia a nível regulamentar, cultural, científico, artístico, pedagógico, administrativo e disciplinar. A direção pedagógica do EPM é atualmente constituída por Carlos Simão e Iva Barbosa, os seus deveres são definir, dirigir, orientar, e coordenar toda a atividade artística-pedagógica. Para além da direção pedagógica, o EPM tem ainda um diretor administrativo, diretores de curso, diretores de turma, conselheiros setoriais, Conselho de Turma e Conselho Consultivo.

¹ Retirado de <https://www.metropolitana.pt>. Consultado a 16 de Dezembro de 2019

2.4 Oferta Educativa

A EPM oferece três tipos de curso: Curso Básico de Instrumento (nível II, correspondente ao 7º, 8º e 9º ano), Curso de Instrumento de Cordas e Teclas (nível IV, equivalente ao 10º, 11º e 12º ano) e ainda o Curso de Instrumentista de Sopros e Percussão (nível IV, equivalente aos mesmos anos mencionados anteriormente). Cada um dos cursos tem uma estrutura modular.

Um dos grandes benefícios destes cursos é a existência de formações em contexto de trabalho (FCT), isto é, um período de tempo previamente estabelecido em que os alunos têm a possibilidade de trabalhar com um formador externo, com o objetivo de realizarem um concerto no final. Normalmente, nestes períodos, os alunos não cumprem o horário normal mas sim um horário estabelecido para a FCT.

Relativamente à propina destes três cursos na EPM, não existem quaisquer encargos para os seus estudantes, sendo ainda possível obter alguns benefícios sociais. Os cursos profissionais da EPM compreendem uma vasta oferta educativa ao nível de instrumentos: clarinete, fagote, tuba, contrabaixo, flauta, oboé, percussão, piano, saxofone, trombone, trompa, trompete, tuba/eufónio, viola, violino e violoncelo.

Para o ingresso no Curso Básico de Instrumento podem-se candidatar jovens que tenham o 6º ano de escolaridade completo e que não tenham concluído o 9º ano de escolaridade. Para o curso de Instrumentista, tanto de Cordas e Teclas como de Sopros e Percussão, são admitidos jovens que tenham o 9º ano de escolaridade completo, mas que não tenham feito o 12º ano de escolaridade completo. Para a admissão de um aluno é necessário realizar uma prova de formação musical, uma prova de execução musical, uma prova de conhecimentos gerais de música e uma entrevista. A seleção dos alunos está ainda pendente do número de vagas.

Abaixo, temos várias tabelas que descrevem a composição do Curso Básico de Instrumentista e do Curso Profissional de Instrumentista. Compostos por várias áreas (área sociocultural, técnica e científica), os cursos estão estruturados por módulos e estão divididos por trimestres. Têm ainda uma duração de 3 anos.

Tabela 1 - Plano Curricular do Curso Básico de Instrumentista

Área Sociocultural				
Disciplinas	7º Ano	8º Ano	9º Ano	Total
Português	120 (3)	120 (3)	120 (3)	360
Língua Estrangeira	100 (2,5)	100 (2,5)	100 (2,5)	300
Ciências Físicas e Naturais	120 (3)	120 (3)	120 (3)	360
Ciências Humanas e Sociais	160 (4)	160 (4)	160 (4)	480
Matemática	100 (2,5)	100 (2,5)	100 (2,5)	300
Subtotal	600	600	600	1800
Área Técnica				
Formação Musical	160 (4)	160 (4)	120 (3)	440
Introdução à Composição	-	-	40 (1)	40
Técnica Instrumental	40 (1)	40 (1)	40 (1)	120
Instrumento Principal	40 (1)	40 (1)	80 (2)	160
Prática de Conjunto	80 (2)	80 (2)	80 (2)	240
Prática Individual e de Naípe	160 (4)	160 (4)	120 (3)	600
Instrumento de Tecla	40 (1)	40 (1)	40 (1)	120
Coro	80 (2)	80 (2)	80 (2)	240
Subtotal	600	600	600	1800
Total				
	1200	1200	1200	3600

Elaborado pelo autor a partir do site www.metropolitana.pt/documentacao/
(Consultado em Novembro de 2019)

Tabela 2 - Plano Curricular do Curso Profissional Instrumentista

Componente Sociocultural				
Disciplinas	10º Ano	11º Ano	12º Ano	Total
Português	100	110	110	320
Língua Estrangeira	70	70	80	220
Área de Integração	70	70	80	220
Tecnologias de Informação e Comunicação	50	50	-	100
Educação Física	50	45	45	140
Subtotal				500
Componente Científica				
História da Cultura e das Artes	60	60	80	200
Teoria e Análise Musical	50	50	50	150
Física do Som	50	50	50	150
Subtotal				500
Componente Técnica				
Instrumentos (específico e de acompanhamento) **	90	100*/90**	100*/90**	290*/270**
Música de Câmara / Conjuntos Instrumentais *	60	60	60*/80**	180*/200**
Naípe, Orquestra e Prática de Acompanhamento **	160	160	160	480
Projetos Coletivos / Improvisação	70	70	80	230
Formação em Contexto de Trabalho	160 a 240	200 a 280	240 a 320	600 a 840
Subtotal				1780h a 2020h

Elaborado pelo autor a partir do site www.metropolitana.pt/documentacao/
(Consultado em Novembro de 2019)

*Curso de Instrumentista de Sopros e Percussão

**Curso de Instrumentista de Cordas e Teclas

2.5 Ligação à Comunidade

Tendo como um dos objetivos a promoção da cultura, a EPM costuma realizar ao longo do período letivo, concertos fora do recinto escolar. Estas apresentações públicas são realizadas pelos diversos grupos de música de câmara que a escola tem. A tabela 3 apresenta os concertos apresentados no ano letivo 2019/2020. Devido à pandemia Covid-19, muitos dos concertos que estavam agendados foram cancelados.

Tabela 3 - Concertos da EPM

Grupo	Local	Data
Orquestra Clássica Metropolitana	São Luiz Teatro Municipal	18 de Dezembro
Concerto de Natal da EPM	Auditório da Reitoria da Universidade Nova de Lisboa	20 de Dezembro
Concerto Final do Ano Letivo	Teatro Thalia	25 de Junho

Elaborado pelo autor a partir do site www.metropolitana.pt/ (Consultado em Junho de 2020)

2.6 Protocolos e Parcerias

Tendo já sido referidos os fundadores da AMEC, esta associação conta ainda com um conjunto alargado de entidades que servem como Promotores, Patrocinadores e Parceiros da Instituição. Enquanto promotores a EPM tem o apoio da Câmara Municipal de Caldas da Rainha, do Montijo, da Lourinhã e de Setúbal. A Santa Casa da Misericórdia é o patrocinador principal da EPM, existindo assim uma relação especial entre estas duas instituições. Outros patrocinadores da EPM são os Hotéis Heritage, a Sociedade Portuguesa de Autores, Vila Galé Hotéis, Porto Bay Hotels & Resorts e o El Corte Inglés. A EPM conta ainda com vários parceiros como o Centro Cultural de Belém e outras câmaras municipais, e várias parcerias em exercício.²

² Retirado de “<https://www.metropolitana.pt/parceiros/>”. Acedido a 16 de Dezembro de 2019

2.7 Ambiente Educativo

A Escola Profissional Metropolitana está instalada no mesmo edifício onde se encontram as outras instituições de ensino tuteladas pela AMEC. Por esta razão, os alunos da EPM encontram-se num ótimo espaço cultural, onde é possível conviverem com músicos de diferentes idades e gerações. O facto de um aluno da EPM ouvir outro aluno do ensino superior a tocar com grande qualidade provoca nele motivação, vontade de trabalhar e um desejo por realizar trabalho de qualidade. Neste edifício de quatro pisos, temos também a escola do Hot Clube de Portugal, o que permite um intercâmbio de conhecimentos de dois estilos diferentes de música entre os seus alunos. Para finalizar, temos ainda no primeiro andar uma biblioteca com uma grande quantidade de recursos úteis ao estudo de música, como livros de teoria musical, partituras, trabalhos realizados por alunos e CDs.

2.8 Resultados

Para que possamos avaliar os resultados de qualquer atuação, precisamos de reconhecer os seus objetivos em primeiro lugar. Sendo o principal objetivo a “promoção de atividades com vista ao ensino e à difusão de conhecimentos”³ de música, como referido nos estatutos desta instituição, podemos afirmar com convicção que esta instituição apresenta resultados brilhantes. Para sustentar esta afirmação podemos-nos basear no número elevado de alunos que acabam os seus estudos nesta instituição e vão estudar para universidades de renome e na quantidade de prémios nacionais e internacionais que os seus alunos alcançam. Estes resultados exibem claramente o sucesso desta escola.

2.9 Plano de Atividades

A EPM, além de realizar vários concertos ao longo do ano letivo com os seus grupos de música de câmara e com as orquestras, concretiza vários concertos de classe/instrumento, *workshops* e apresentações de projetos de aptidão profissional (PAP). Estes projetos concluem a formação do curso profissional e exigem um trabalho e apresentação de um tema que seja de interesse para o aluno, sobre orientação de um professor.

³ Retirado de Estatutos da Escola Profissional da Metropolitana de 2019

Para além disto, a EPM procura realizar também algumas atividades extracurriculares, tendo como exemplo a possibilidade de os seus alunos terem aulas de yoga.

3. Escola do Hot Clube de Portugal

3.1 Historial e Contextualização

A escola do Hot Clube de Portugal (HCP) ou Escola Luiz Villas-Boas, em homenagem ao fundador do seu clube, foi criada em 1979 pelo contrabaixista português Zé Eduardo. O HCP define-se assim, como “uma instituição coletiva particular, de carácter coletivo, de duração indefinida, de finalidade cultural, educativa e de recreio.”⁴ O conceituado clube de jazz português foi criado em 1948 com o objetivo de incentivar a prática do jazz e ajudar à sua divulgação. A escola do HCP posicionou-se na origem do ensino especializado do jazz aquando a sua criação e, desde então, tem formado músicos conceituados do panorama do jazz, tais como Filipe Melo, Ricardo Pinheiro e Bruno Santos.

Os primórdios do HCP remontam aos primeiros encontros entre entusiastas do jazz, que apesar de ainda não se terem estabelecido nalguma forma de instituição ou associação de jazz, se reuniam para trocar discos, ideias jazzísticas e, claro, para tocar. Este entusiasmo por parte de admiradores do jazz levou Luiz Villas-Boas a encabeçar o começo de um clube, de seu nome Hot Clube de Portugal. Apesar de não ser a sua localização original, o HCP viria a estabelecer-se na Praça da Alegria, nº39 e a sua formalização viria a ser marcada pela aprovação dos seus estatutos no ano de 1950.

Nos dias de hoje, o HCP é uma marca conceituada de um dos clubes de jazz mais antigos da Europa, tendo sido considerado pelo *Downbeat* – revista conceituada americana de jazz – como um dos 100 melhores clubes de jazz do mundo. O seu relevo a nível cultural foi reconhecido com a obtenção de vários prémios, como a Medalha de Honra da Cidade, atribuída pela Câmara Municipal de Lisboa (2005) e a Medalha de Mérito Cultural pelo Ministério da Cultura (2004).

A escola do HCP, apesar de ter sido iniciada no ano de 1977, viria a ser encerrada apenas três meses depois. Tal facto deveu-se a desentendimentos entre Zé Eduardo e Villas-Boas, apesar de a sua abertura ter sido com o seu consentimento. A escola viria a reabrir no ano de 1979, desta vez com Rui Martins na função de presidente do Hot Clube de Portugal, com o apoio financeiro da Secretaria de Estado da

⁴ Retirado dos Estatutos do Hot Clube de Portugal.

Cultura.

Apesar de no estrangeiro, nomeadamente nos Estados Unidos, a implementação de cursos de jazz ser já nessa altura uma prática com uma estrutura bem organizada e institucionalizada, em Portugal não havia qualquer tipo de estruturas de ensino de jazz. Zé Eduardo começou assim a desenvolver as suas atividades pedagógicas e mesmo a desenvolver as suas competências enquanto músico com o auxílio de livros estrangeiros de ensino de jazz que comprava. Estes livros continham exercícios com arpejos e escalas, métodos de Jamey Aebersold e David Baker, análise de reportório e conceitos harmónicos. Na altura eram livros raros, contudo, permitiram começar a desenvolver uma estrutura organizada para o estudo do jazz.

Em 1980, Rui Martins pediu apoio à British Organization Jazz Center Society, recebendo assim professores estrangeiros com experiência no ensino do Jazz (Michael Garrick, Don Rendell e Tony Faulkner). Segundo Zé Eduardo, a única razão pela qual estes músicos estrangeiros tinham um nível superior, apenas se devia a trabalho árduo e método. Foi exatamente o que estes músicos trouxeram de fora, uma estrutura pedagógica que continha as suas influências do sistema educacional dos Estados Unidos⁵.

A criação de uma estrutura e de métodos de ensino de jazz no HCP trouxe grandes resultados. Mais tarde, a tomada de posse de David Gausden na direção pedagógica viria a provocar novamente este efeito. Novamente, Bernardo Moreira (na altura presidente do conselho diretivo do HCP) recorda nos meados dos anos 90, quando o seu filho Pedro Moreira entrou em contacto e foi convidado a ingressar na New School of Research. Esta relação permitiu trazer conhecimentos a nível pedagógico e administrativo que foram aplicados na escola.

3.2 Enquadramento e Caracterização

Desde a criação da escola do HCP em 1979, Portugal tem tido um incrível desenvolvimento no que respeita ao ensino do jazz. Nos dias de hoje, temos universidades onde podemos ingressar numa licenciatura de jazz, escolas e academias dedicadas ao ensino deste estilo. Nos últimos anos, temos assistido também à criação de

⁵ Fonte (Mendes. P – Learning Itineraries & Transnational Relations Initiating the Hot Clube de Portugal'SJazz School, 2016)

várias escolas profissionais que têm trazido para o ensino superior alunos de uma grande qualidade musical.

O Hot Clube foi o grande pioneiro na criação de uma estrutura de ensino que forneceu um ensino de qualidade para quem quisesse aprender este estilo de música. Apesar deste projeto ter nascido na Praça da Alegria, a sua sede foi mudada devido a um incêndio que ocorreu em 2009, desastre que viria a destruir completamente a cave onde a sua sede funcionava.

Esta escola apresenta muito boas condições para qualquer aluno que queira aprender esta linguagem. A escola tem assim no total dez salas de aula equipadas com o material necessário para as que as mesmas possam aí decorrer da melhor maneira. Temos por exemplo uma sala que está designada para aulas com mais elementos como Big Band, Combo, História do Jazz e *Masterclass*, estando equipada com várias cadeiras, um piano, amplificadores, bateria, aparelhagem de som, mesa e um quadro. Para além destas dez salas, o Hot Clube ainda tem mais quatro cubículos de estudo, uma sala para os professores e uma sala para os alunos.

Uma das melhorias significativas, que ocorreu desde que a escola se mudou para o espaço atual, foi a qualidade do som nas salas. Bruno Santos⁶ relata que ainda não é possível usar todas as salas ao mesmo tempo. Para isto ser possível, o ideal seria um trabalho de insonorização em todas as salas. Contudo, este trabalho tem sido feito de forma gradual, mantendo-se o otimismo sobre a evolução do mesmo.

Um dos objetivos incluídos nos Estatutos do HCP passa por “organizar biblioteca e mediateca da especialidade, incluindo espólios e coleções que lhe venham a ser doadas”. Sendo assim, a escola do HCP conta com uma biblioteca equipada com CDs e livros sobre jazz, um computador de livre acesso e meios para imprimir documentos e partituras necessárias ao funcionamento das aulas.

⁶ Retirado da HOTnews15 – Boletim Informativo Oficial Hot Clube Portugal / Setembro de 2019.

3.3 Organização e Gestão da Escola

A Direção Pedagógica de momento pertence a Bruno Santos, sendo que Inês Cunha exerce a presidência do conselho diretivo do HCP. Em termos de professores, o Hot Clube tem um número total de quarenta e quatro docentes. A maior parte dos professores dão várias disciplinas na escola. O corpo não docente é composto por 5 funcionários, que são responsáveis pelo trabalho administrativo e logístico.

A instituição do HCP é constituída por três órgãos, assembleia geral, conselho diretivo e conselho fiscal.⁷ Sendo que as atribuições dos cargos para cada órgão são realizadas para mandatos de três anos, o conselho diretivo tem o poder executivo e a Assembleia Geral (composta pelos seus sócios) tem o poder de tomar deliberações sobre questões fundamentais da instituição. O Conselho Fiscal é responsável pela fiscalização da gestão financeira.

3.4 Oferta Educativa

A escola do Hot Clube de Portugal conta com uma oferta de quatro tipos de curso diferentes: Oficina de Introdução ao Jazz, Atelier de Iniciação ao Jazz, Curso Livre e Curso Regular.

Com a duração de quatro anos, o Curso Regular da escola do Hot Clube oferece três variantes deste curso. Estas três variantes permitem-nos inscrevermo-nos na estrutura curricular do curso completo (Matrícula A), apenas na estrutura teórica (Matrícula B) ou apenas na componente prática do curso (Matrícula C).

O Regime de Curso Livre tem duas modalidades, ou seja, pode escolher-se entre curso livre de instrumento ou teórico. Os interessados podem assim adquirir blocos de cinco ou dez aulas individuais de uma hora, para aperfeiçoamento da técnica do instrumento ou de questões relacionadas com teoria musical/treino auditivo.

A Oficina de Introdução ao Jazz tem como alvo pessoas de uma faixa etária a começar nos 15 anos, que não tenham possibilidade ou não seja seu desejo realizar o curso regular. Este curso é realizado em horário pós-laboral e tem como plano curricular três horas e meia de aulas divididas por uma aula de Instrumento (uma hora),

⁷ Retirado dos Estatutos do Hot Clube de Portugal

Teoria/Treino Auditivo (uma hora) e uma aula de Combo (uma hora e meia).

Por fim, o Atelier de Iniciação ao Jazz destina-se a jovens dos 10 aos 14 anos, e apresenta-se como um ensino de música alternativo ao tradicional. Conta com uma carga horária total de duas horas e meia, sendo distribuídas por uma aula de Instrumento (uma hora), Combo (uma hora) e uma aula de teoria (trinta minutos). O HCP ministra os seguintes instrumentos: contrabaixo, baixo elétrico, bateria, clarinete, guitarra, piano, saxofone, trompete, trombone, voz, vibrafone e harmónica.

A associação Orelha Viva e o HCP têm também a seu cargo a direção da Big Band Júnior. Este é um projeto que funciona como orquestra-escola de jazz constituída por jovens de idades compreendidas entre os 12 e 19 anos. A sua missão passa por um ensino de jazz numa vertente de Big Band, e os seus ensaios ocorrem numa sala da escola do HCP. Este projeto tem tido sucesso, com vários CDs gravados e mais de sessenta performances realizadas ao longo dos seus dez anos de existência. Na direção da Big Band encontra-se o trombonista Claus Nymark.

Para além destes cursos, a escola providencia algumas atividades extracurriculares como *workshops* e *masterclasses* de músicos de renome nacional e internacional como Joe Lovano, David Binney e Joshua Redman.

Sendo o curso regular, aquele que a maior parte dos seus alunos frequenta e pelo facto de que os alunos das aulas observadas do mestrando se encontrarem no curso regular, é importante descrevermos o seu plano de estudos. A seguinte tabela descreve as disciplinas que o curso compreende e a sua carga horária.

Tabela 4 - Plano Curricular do Curso Regular do HCP

Ano	Disciplina	Horas por ano
1º Ano	Instrumento	28h
	Combo	42h
	Teoria	28h
	Treino Auditivo	28h
	História do Jazz	42h
2º Ano	Instrumento	28h
	Combo	56h
	Teoria	28h
	Treino Auditivo	28h
	História do Jazz Contemporâneo	28h
3º Ano	Instrumento	20h
	Combo	56h
	Teoria	28h
	Treino Auditivo	28h
4º Ano	Instrumento	20h
	Combo	56h
	Composição e Arranjo	28h
	Ritmo	28h

Elaborado pelo autor a partir do site <https://hcp.pt/#escola> (Consultado em Janeiro de 2020)

3.5 Ligação à Comunidade

Sendo a escola Luiz Villas-Boas parte do clube Hot Clube de Portugal, existe naturalmente uma ligação com toda a comunidade do clube, criando assim oportunidades para os alunos da escola assistirem às *Jams* e concertos semanais que ocorrem no clube. Para os alunos finalistas do 4ºano é obrigatória a realização de um recital final, na sede do clube do HCP. Este recital faz parte da avaliação final dos alunos. Para além disto, a escola do HCP concretiza alguns concertos dos seus alunos sem ser na sede do clube.

A escola promove ainda um conceito intitulado por “Concerto por Instrumento”. Este projeto tem como objetivo combater as necessidades de material (amplificadores, instrumentos, mobiliário), apresentando concertos de música de câmara ao público, em troca deste material necessário. O envolvimento dos alunos na procura do sucesso da escola é também um dos objetivos neste projeto.

Este envolvimento por parte dos alunos acontece no HCP de uma forma única e especial. O facto de que em 2009, quando o clube ardeu, os alunos da escola se terem voluntariado para pintar a escola toda durante uns dias, é prova de que existe um extraordinário ambiente entre esta grande comunidade.

O “Open Day” é mais uma das atividades na qual o Hot Clube abre as suas portas uma vez por ano, para que “os interessados e entusiastas possam ouvir música, experimentar instrumentos, fazer perguntas e ouvir os nossos professores e alunos”⁸. Procura-se, assim, neste dia, obter mais alunos para a escola, permitindo-lhes ter uma primeira experiência ligada ao jazz.

Por fim para complementar, o HCP publica anualmente o seu boletim informativo, apelidado de Hotnews. Este boletim dá-nos a conhecer a visão futura para o clube e escola, tudo o que o ano corrente trouxe de novo ao HCP, e artigos e entrevistas que sejam do interesse da comunidade jazzística. Este é assim um meio que possibilita a qualquer pessoa que tenha curiosidade sobre este tipo de música de aprender um pouco sobre o jazz em Portugal.

3.6 Protocolos e Parcerias

O Hot Clube é um membro fundador da International Association of Schools of Jazz (IASJ), associação que promove a investigação e o ensino do jazz, realizando um encontro anual onde se reúnem professores e alunos do mundo inteiro. Normalmente, são seleccionados um ou dois alunos para representar a escola. Em 2015, a organização coube ao HCP, visto que todos os anos o encontro se realiza num país diferente.

O HCP tem parcerias com a Newpark Music Centre (NMC) e com a Escola de Tecnologias Inovação e Criação (ETIC). A primeira permite que um aluno do Hot Club que tenha acabado os seus estudos, possa receber a equivalência automática aos dois

⁸ Retirado da HOTnews15 – Boletim Informativo Oficial Hot Clube Portugal / Setembro de 2019.

primeiros anos da licenciatura neste estabelecimento de ensino (NMC de Dublin).

A parceria com a ETIC consiste num acordo que permite o intercâmbio de aulas e sessões de estúdio entre as duas entidades.

3.7 Ambiente Educativo

O primeiro fator que caracteriza a escola do HCP é a relação entre professor/aluno. Sendo a escola constituída por professores que são ao mesmo tempo performers, ou seja, músicos com os seus próprios projetos musicais, existe uma relação entre professor e aluno não só académica, mas também de solidariedade, o aluno é visto como um músico capaz de realizar os seus próprios projetos musicais de sucesso. Muitas são as ocasiões onde professores e alunos partilham o palco num espetáculo, resultando numa relação de troca de conhecimentos e de ideias musicais. Isto acontece inúmeras vezes quando alunos descrevem os últimos álbuns que ouviram, ou quando falam sobre o último concerto que assistiram com artistas de renome.

Em termos de ambiente entre alunos, todo o tipo de instituições pode tomar certas ações com vista em aumentar a possibilidade de troca de ideias entre os seus constituintes. A escola do Hot Clube não é exceção e, por esta razão, proporciona aos seus alunos salas totalmente equipadas para estes poderem realizar *Jam sessions*. Existe também uma biblioteca onde os alunos podem encontrar literatura sobre jazz, internet, discos e onde podem imprimir documentos.

Para finalizar, como é referido na parte do “Ambiente Educativo” da EPM, devido ao facto de o HCP se encontrar no mesmo edifício com mais três escolas, a facilidade e a possibilidade de troca de ideias musicais de estilos diferentes é muito maior. Isto é uma grande vantagem tanto para os alunos de clássico, como para os alunos de jazz do Hot Clube.

3.8 Resultados

Fazendo uma análise do corpo docente da escola do HCP podemos constatar que muitos dos professores do Hot Clube dos dias de hoje começaram a sua formação nesta escola. Para além disto, muitos dos professores de jazz da Escola Superior de Música de Lisboa, começaram os seus estudos na escola do HCP. Isto, é de facto um aspeto

interessante e que nos comprova realmente a qualidade do ensino que esta instituição proporciona aos seus alunos.

Na visão de Bruno Santos⁹, o balanço da escola tem sido muito bom e prova disso é o facto de terem duplicado o número de alunos. Este ano letivo 2019/2020, o HCP alcançou um número recorde de mais de trezentos alunos, colocando já algumas dificuldades, na medida em que o espaço começa a ser escasso. Bruno Santos conta que apesar de o Hot Clube de Portugal não ser reconhecido oficialmente, ou seja, não poder entregar certificados ou diplomas oficiais, na sua perspetiva isso traz a vantagem desta escola ter um ótimo ambiente de trabalho e de as suas prioridades se encontrarem bem definidas.

Para além do que até aqui foi descrito a nível de projetos educativos, performativos e atividades que tenham como objetivo a promoção deste estilo musical, o HCP tem ainda mais projetos. O Septeto do Hot Clube de Portugal e a Orquestra de Jazz são duas formações desta instituição, constituídas por músicos com créditos firmados no panorama do jazz português. Para além destas duas formações, o HCP tem ainda a sua editora discográfica. Para alguém que não conheça o artista em causa, um CD gravado pela editora do HCP é um carimbo de qualidade.

Realizada esta sucinta caracterização, podemos afirmar que o Hot Clube de Portugal foi no passado, é no presente e será certamente no futuro, uma referência no panorama do jazz nacional a todos os níveis. Sendo uma instituição com variadíssimos projetos mas sempre com o objetivo de contribuir para a dinamização do jazz, não tem tido apenas bastante sucesso a nível educativo, mas também no processo de impulsionar e promover este estilo musical.

⁹ Retirado da HOTnews15 – Boletim Informativo Oficial Hot Clube Portugal / Setembro de 2019.

4. Práticas Educativas Desenvolvidas / Estágio

4.1 Enquadramento

A escolha destas duas escolas para a realização do estágio profissional deveu-se ao facto da escola do HCP não ser uma escola do ensino oficial. Assim, optei por observar as aulas de um aluno do 11º ano (aluno A) do Curso Profissional de Música Clássica na EPM e de dois alunos que frequentaram o curso regular no HCP, tendo um deles feito o 3ºano (aluno B) e o outro o 4º, ou seja, o último ano (aluno C). Um dos benefícios de trabalhar com alunos de diferentes contextos, a nível de capacidades e de diferentes géneros musicais. O estágio foi realizado em regime de observação. Por razões de confidencialidade, atribuí a cada um dos alunos uma letra. Como o estágio foi realizado em duas escolas diferentes, existiram dois professores cooperantes, um em cada escola.

O curso regular do HCP encontra-se estruturado em semestres, sendo cada semestre constituído por 10 aulas de Instrumento de uma hora. Por esta razão, foram observadas 17 aulas ministradas pelo professor cooperante e lecionei 3 aulas. Para além destas horas de instrumento, os alunos obtêm formação através de outras unidades curriculares como por exemplo Combo. Segundo os dados fornecidos pela secretaria, a quantidade de alunos que ingressam na área de saxofone é muito reduzida quando comparada com outras áreas de instrumentos, tais como guitarra e bateria.

As aulas de Instrumento do Curso Profissional de Instrumentista da EPM têm um total de 100 horas no 11ºano. Desta forma, estas horas estão organizadas em 3 tempos semanais (1 hora cada), nos quais se procura trabalhar questões relacionadas com a técnica (2 tempos semanais) e questões relacionadas com a musicalidade (1 tempo semanal). Assim sendo, assisti às aulas em que eram trabalhados aspetos de musicalidade, utilizando estudos e peças. O facto de ter realizado os meus estudos musicais em jazz não me impossibilitou de observar diferentes estratégias que podem ser utilizadas no ensino do jazz e vice-versa, assim como abordagens comuns na execução do instrumento. A conclusão do 5º grau de Conservatório em Música Clássica foi também uma mais-valia para mim nestas aulas. Por fim, a classe de saxofone na EPM é constituída por 6 alunos de saxofone no total, sendo repartida por 5 alunos no Curso Profissional de Instrumentista e um aluno no Curso Básico de Instrumentista.

4.2 Caracterização dos Alunos Selecionados

4.2.1 Aluno A – 11 ° ano (EPM)

O aluno A é do género masculino, tem 17 anos de idade e frequenta o 11ºano do Curso Profissional de Instrumentista na EPM. Proveniente de Torres Vedras, o seu primeiro contacto com o mundo musical foi na escola primária em atividades de enriquecimento curricular (AECs), tendo aprendido a tocar flauta de bisel. Quando fez dez anos, o aluno ingressou na Academia da Associação Humanitária Bombeiros Voluntários de Torres Vedras, tendo apenas começado a aprender saxofone um ano depois com um saxofonista profissional. O aluno começou a tocar saxofone devido à influência do pai, que tinha tocado saxofone na Banda da Força Aérea. Ingressou também no Conservatório em piano, tendo concluído o quinto grau.

Após ter concluído o quinto grau de piano, o aluno tentou ingressar no Curso Profissional de Saxofone da EPM, contudo não conseguiu entrar. A sua admissão veio a acontecer no ano seguinte. O aluno A caracteriza-se por ser um aluno bastante empenhado e focado nos seus objetivos musicais, revelando hábitos de estudo diários, mesmo fazendo todos os dias viagens entre a sua casa em Torres Vedras e a sede da EPM. Em termos de objetivos, o aluno ambiciona prosseguir os seus estudos musicais numa universidade estrangeira, nomeadamente em Barcelona ou na Holanda.

4.2.2 Aluno B – 3º ano do Curso Regular (HCP)

O aluno B tem 17 anos, vive em Lisboa e frequenta o 3º ano do curso regular do HCP. Começou a tocar saxofone aos 8 anos no Conservatório de Lisboa em Carnide, tendo sido aluno de 4 professores diferentes, nesta instituição. A escolha do instrumento não teve nenhuma razão em específico, contudo o seu interesse pela música, poderá ter sido influenciado pelo facto de ambos os seus pais terem sido músicos em bandas filarmónicas. O aluno, ao longo do seu percurso, frequentou alguns *workshops* de jazz do HCP e o curso Lisbon Jazz Summer School, o que lhe criou um especial interesse no estudo deste estilo musical. Por esta razão, o aluno ingressou com 15 anos no curso regular do HCP.

Atualmente, o aluno não tem grandes objetivos a nível musical, pretendendo

seguir uma carreira profissional fora do âmbito musical. O aluno está a frequentar o 12º ano em Ciências e Tecnologias, pretende ingressar numa universidade numa área ligada às ciências e continuar a tocar saxofone como algo à parte da sua carreira. Nas aulas, o aluno apresenta, tal como o aluno C, vontade e interesse em aprender a tocar o instrumento e o estilo musical, contudo a falta de uma rotina de estudo diária impedem uma evolução significativa.

4.2.3 Aluno C – 4ºano do Curso Regular (HCP)

O aluno C encontra-se no 4º ano do Curso Regular do HCP. Tem 21 anos de idade e vive em Sintra. Começou a aprender música na Banda Mucifalense com 10 anos, tendo começado a aprender solfejo no primeiro ano. No segundo ano começou a estudar saxofone soprano. A escolha pelo instrumento não teve uma razão específica, pois foi uma escolha influenciada, como é o caso em muitas bandas filarmónicas, pela falta de músicos que toquem certos instrumentos. Posteriormente, a participação no curso Lisbon Jazz Summer School e a o seu ingresso numa academia de música, com os seus conteúdos educativos direcionados para o jazz despertaram no aluno um interesse neste estilo de música. Assim em 2017, o aluno viria a entrar no curso regular do HCP.

Neste momento, o aluno encontra-se no último ano do curso regular do HCP, estando simultaneamente a acabar uma licenciatura em Matemática Aplicada na Faculdade de Ciências da Universidade de Lisboa. Em termos de objetivos futuros, o aluno não sabe ainda muito bem o que pretende seguir como carreira profissional, mas os seus pais não apoiam uma carreira no mundo da música, devido às dificuldades previstas no ingresso no mercado de trabalho. Por esta razão, o aluno espera, no próximo ano letivo, ingressar num estágio profissional na sua área e continuar a tocar saxofone, porém não a tempo inteiro. Por fim, descrevendo os seus hábitos de estudo, devido ao tempo de estudo exigido para a conclusão da sua licenciatura e devido ao facto de ter de realizar viagens todos os dias de Lisboa para Sintra, o aluno não apresenta uma rotina de estudo diária e significativa. Nas aulas, o aluno aparenta bastante interesse no estudo do saxofone e no estilo musical, contudo a falta de estudo em casa não permite um progresso significativo no que toca às suas competências musicais.

4.3 Descrição das Aulas Observadas/Lecionadas

4.3.1 Aluno A

As aulas observadas do aluno A consistiam na execução de estudos e obras musicais. Alguns dos estudos e obras foram Concerto de Pierre-Max Dubois, *Quinze Études* de J.S.Bach, editado por A. Cailleret, *Divertissement* de Pierre-Max Dubois, Suite nº 6 de J. S. Bach, 48 Estudos de Marcel Mule, editado por Franz Ferling e a Sonata de Andy Scott. A velocidade a que eram inseridas novas obras e estudos quase todas as semanas foram consequência de uma grande rotina de estudo por parte do aluno.

O professor cooperante deu sempre um feedback curto e constante, expressando verbalmente as suas indicações, o que permitia ao aluno acabar cada aula com bastante informação sobre o que deveria trabalhar. O professor explanava os conceitos através do uso de analogias, de gestos, da reprodução vocal ou no instrumento da frase musical, aquando o aluno estava a tocar ou apenas a receber a explicação do professor. Em relação ao timbre e diferentes tipos de som que poderiam ser usados em diferentes peças, o professor cooperante expunha a sua mensagem tocando no seu instrumento normalmente, explicando também verbalmente o que mudava na sua embocadura, de forma a provocar estas mudanças no timbre. Em termos de competências face ao seu ano de escolaridade, o aluno evidenciou estar num bom nível. O aluno apresentou alguns pequenos problemas constantes, nomeadamente alguma falta de capacidade em manter o tempo ao longo de um estudo/obra.

Nas aulas que foram lectionei, foram trabalhadas as obras e estudos que o aluno andava a estudar, assim como foram inseridos alguns conceitos e abordagens que são estudados em jazz, a fim de que o aluno tivesse um ponto de vista diferente. Foram feitos exercícios de exploração de modos, para que o aluno soubesse o que fazer para compreender determinadas obras, como por exemplo o segundo andamento da obra “Suite Hellenique” de Pedro Iturralde, que se encontra no modo mixolídio. Esta é uma das peças que faz parte do repertório que se costuma tocar nos conservatórios.

Procurei desenvolver um sentido harmónico nas peças estudadas do aluno, ou seja, analisar e ouvir a parte de piano que serve como acompanhamento ao saxofone, como fonte de informação, para uma melhor interpretação da peça em questão. Muitas

vezes, ao estudar uma peça de música erudita, apenas olhamos para a melodia que o nosso instrumento tem, sem ouvirmos o que o instrumento acompanhador está a fazer, o que nos limita em relação ao que poderemos retirar sobre o que o compositor pretende da peça. A compreensão harmónica de cada um dos temas, mesmo em contexto de Big Band, é um dos pontos que os músicos de jazz têm como uma mais-valia. Este ponto foi alcançado com bastante sucesso visto que o aluno estudou piano até ao 5º grau do conservatório.

Para complementar, trabalhei ainda com o aluno diversos exercícios para este alcançar um domínio sobre os compassos compostos. Existem muitas obras do reportório de saxofone que contêm compassos compostos. Por fim, diversos autores têm defendido a prática da improvisação como estratégia que traz imensos benefícios mesmo na música clássica¹⁰. Este foi um dos pontos também abordados nas aulas lecionadas.

4.3.2 Aluno B

As aulas do aluno B (3º ano – HCP) caracterizaram-se por terem uma estrutura definida, começando a aula sempre com exercícios técnicos, nomeadamente a aprendizagem de escalas maiores no registo inteiro do instrumento. De seguida, seguiam-se alguns padrões como a realização das mesmas escalas por terceiras, terceiras intercaladas e os seus respetivos arpejos. Este foi sempre a primeira componente de cada aula.

Posteriormente, foram trabalhadas no primeiro semestre progressões II-V7-I, tocando os arpejos em todas as tonalidades, não só no estado fundamental mas também com as 3 inversões possíveis nos acordes de sétima. A parte de leitura era trabalhada a seguir, utilizando estudos de jazz de livros do saxofonista Jim Snidero¹¹. Muitas vezes, a parte da leitura musical é uma área onde os alunos mais se desleixam, tendo assim uma má prestação quando lhes é pedido para lerem à primeira vista em Big Band. Estes estudos permitem trabalhar este elemento importante, assim como permitem uma

¹⁰ Para mais informações sobre este tema consultar os seguintes artigos: John, K. (1991) Growing with improvisation e Dobbins, B. (1980). Improvisation: An Essential Element of Musical Proficiency. *Music Educators Journal*, 66(5), 36–41.

¹¹ In Snidero, J. (2015) Intermediate Jazz Conception - Alto & Baritone Sax : 15 Great Solo Etudes

retenção de linguagem visto que estes estudos são solos escritos.

Depois, era trabalhada a componente da improvisação utilizando temas de jazz, como por exemplo “Just Friends”, “On the Sunny Side of the Street”, “It Could Happen To You” e blues em diversas tonalidades. Neste exercício, o professor cooperante tocava com o aluno a maior parte das vezes, chamando-lhe a atenção para os elementos que ele devia prestar mais atenção. Para finalizar, o aluno também estudou dois solos, os quais foram apreendidos por audição e não foram escritos em notação musical. Estes solos foram o solo do saxofonista Cannonball Adderley no tema “Stars Fell on Alabama”¹² e o solo “Native tongue”¹³ de Kenny Garrett.

O aluno B, de forma geral, apresenta algumas dificuldades em improvisar, não representando de forma clara a harmonia dos temas. Este problema pode ser causado pelo facto de o aluno ter optado por apenas fazer as cadeiras práticas do curso ou ter dificuldades de audição harmónica. O professor cooperante deu-lhe vários exercícios para enfrentar este problema, como por exemplo tocar as notas dos acordes de sétima e utilizar certos recursos em cada improvisação. O aluno apresenta ainda alguns problemas de som.

Nas aulas que lecionei, segui a normal estrutura das aulas dadas pelo professor cooperante e acrescentei exercícios que considereei serem benéficos para os alunos. Um dos exercícios foi de limitações na improvisação, ou seja, utilizando a estrutura harmónica, pedi ao aluno para improvisar apenas com mínimas, semínimas, colcheias ou tercinas. Para além de utilizar limitações rítmicas, empreguei elementos como por exemplo número de compassos de cada frase, estrutura dinâmica do solo e os diferentes tipos de articulação. Outro exercício que inseri nas aulas deste aluno foi retirar frases de solos no momento de ouvido.

4.3.3 Aluno C

As aulas do aluno C seguiram a mesma estrutura das aulas do aluno B, apenas com diferentes conteúdos programáticos. Começando as aulas com exercícios técnicos, o aluno estudou escalas melódicas e os seus respetivos padrões. Após isto, o aluno

¹² In Cannonball Adderley Quintet in Chicago’ (Mercury Records), 1959

¹³ In Standard of Language (Warner Bros. Records), 2003

tocava uma frase musical na progressão II-V7-I em todos os tons. A prática dos estudos era feita na mesma como o aluno B, a partir de um livro de solos de Jim Snidero,¹⁴ apenas de maior dificuldade. Alguns dos temas onde se trabalhou a componente da improvisação foram “All or Nothing at All” e “All the Things You Are” no compasso 7/4. Por fim, os solos estudados, escolhidos para este aluno, também solicitavam um maior nível de destreza técnica. Estes solos foram “I Love You”¹⁵ de John Coltrane e “Rain Your Love Down”¹⁶ de Seamus Blake.

No segundo semestre, o foco das aulas alterou-se um pouco devido a ser o último semestre para a conclusão do curso. Desta maneira, a parte técnica (escalas e padrões) deixou de fazer parte da estrutura da aula. Um dos aspetos que ganhou relevo no plano das aulas no segundo semestre foi a dificuldade do aluno em *swingar*¹⁷. Para enfrentar este problema, foi pedido ao aluno para trazer um novo tema todas as semanas de cor, em que o objetivo seria concentrar-se no *swing*. Apesar de apresentar melhorias neste campo, o aluno ainda não domina esta matéria.

O aluno C revelou ainda ter alguns recursos de improvisação, contudo estes ainda não proporcionam ao aluno a construção de um solo com princípio e fim, com vocabulário característico da linguagem. Desta forma, nas aulas lecionadas, foram feitos exercícios de limitação a improvisar como foi no caso do aluno B. Foram também feitos exercícios rítmicos, tocando todas as permutações rítmicas possíveis em compassos compostos e simples. Estes exercícios foram feitos com palmas e com o recurso a um metrónomo com o objetivo de melhorar o sentido rítmico do aluno.

¹⁴ In Jazz Conception: Tenor Saxophone - 21 Solo Etudes for Jazz Phrasing, Interpretation, and Improvisation - Snidero, J.

¹⁵ In Lush Life – Prestige (1961)

¹⁶ In Echonomics – Criss Cross Jazz (2001)

¹⁷ Uma das principais características do jazz é o *swing*. Apesar de ser um conceito complicado de descrever, F. Anders e S. Andreas (2002) descrevem *swingar* como “lengthening the odd eighth notes (eighth notes on the beat) and by shortening the even eighth notes (eighth notes between the beat), thus producing consecutive long-short patterns.” Esta definição não reflete totalmente este conceito, pois existem fatores que condicionam o *swing* como por exemplo o tempo da música.

4.4 Atividades Extracurriculares

Os alunos que se encontram a estudar no HCP (alunos B e C) tiveram a oportunidade de contar ao longo do ano com algumas atividades extracurriculares organizadas pela própria instituição. Os alunos tiveram *masterclasses* com Steve Coleman, Jason Palmer, Aaron Goldberg e Mark Tuner. Algumas destas atividades foram desenvolvidas em parceria com a Universidade Lusíada, ocorrendo algumas nas instalações do Clube do HCP. Para além destas *masterclasses*, os alunos tiveram ainda a oportunidade de, durante uma semana, as aulas pararem por completo e serem substituídas por sessões onde cada um dos professores do HCP partilhava o seu conhecimento sobre algum tópico. No final da semana, era feita uma *Jam session* com todos os alunos. Esta atividade foi realizada duas vezes ao longo do ano, tendo a primeira ocorrido no final de Novembro e a segunda no final de Março.

Em relação às atividades extracurriculares que o aluno A teve acesso, a pandemia Covid-19 veio a impossibilitar as atividades previstas para este ano letivo. Desta forma o aluno A apenas teve uma *masterclass* com o saxofonista Alfonso Padilla na EPM, e um concerto de música de câmara realizado num restaurante. Este concerto foi organizado pela instituição de ensino no dia de comemoração do saxofone, 6 de Novembro.

4.5 Influência da Pandemia Covid-19 no Estágio Profissional

O ano letivo 2019/2020 trouxe consigo uma realidade que obrigou o mundo a adaptar-se e encontrar novas formas de trabalho. O surgimento de uma pandemia à escala mundial, intitulada Covid-19, impossibilitou o funcionamento das aulas em formato presencial. A partir do dia 16 de Março de 2020, todas as aulas nas instituições de ensino em Portugal foram suspensas, impondo assim aos professores e alunos um ensino à distância. Desta forma, todos os professores tiveram que adaptar os seus métodos de ensino.

No caso das aulas do Aluno A, estas passaram a realizar-se utilizando a aplicação Skype. As aulas em formato virtual não foram causa para qualquer dificuldade de comunicação, visto que o aluno apresenta um bom nível de maturidade musical, os conceitos de musicalidade abordados nas aulas foram assim transmitidos

com facilidade. Alguns conceitos como a construção de embocadura seriam desta forma muito mais difíceis de abordar num ensino à distância.

No caso dos Alunos B e C, o professor enviava os conteúdos a serem estudados para os alunos por vídeo, para que os alunos na semana a seguir pudessem enviar de volta um vídeo com todas as tarefas pedidas. No vídeo seguinte do professor era dado feedback sobre o trabalho realizado pelo aluno juntamente com as tarefas solicitadas a cada aluno para a semana seguinte. O facto de ter assistido a dois métodos diferentes de ensino à distância permitiu-me realizar uma reflexão sobre as vantagens e desvantagens de cada um.

No caso do aluno A, a utilização de *software* para lecionar uma aula em tempo real permite ao aluno obter um feedback mais rápido e esclarecer qualquer dúvida que tenha no momento. A maior desvantagem neste método deriva de problemas técnicos, como a latência que pode existir e a possível inexistência de material adequado para um bom funcionamento da aula. É assim fundamental que o aluno tenha acesso a um computador ou telemóvel, uma *webcam* e microfone que permitam uma boa captação de áudio e de vídeo e, por fim, internet com qualidade suficiente para que não exista grande latência.

O método utilizado pelo professor cooperante do HCP tem a vantagem de eliminar alguns destes problemas técnicos, nomeadamente da latência. Este processo permite também ao aluno gravar as suas tarefas solicitadas para a aula de uma forma mais calma, eliminando erros que poderiam ocorrer numa aula, mesmo tendo a matéria dominada. A principal desvantagem deste processo prende-se com um feedback mais lento, podendo resultar em dúvidas que o aluno detenha que apenas sejam discutidas uma semana depois.

Assistimos assim, durante este período, a uma troca entre colegas de profissão e alunos, de conhecimento sobre recursos e boas práticas para um melhor ensino à distância. Segundo Johnson (2017), tem-se assistido a um aumento substancial na quantidade de cursos superiores de música online. Independentemente de o ensino à distância ser o futuro ou não, necessitamos de compreender melhor quais são os recursos que temos à nossa disposição. Nos dias de hoje, temos várias formas de comunicação virtual com os nossos alunos como o Zoom, o Skype, o Face Time ou o

Google Hangouts. O Doozzoo é um dos *softwares* que permite videoconferência com ferramentas que contrariam a latência que, por vezes, dificultam o trabalho dos professores de música e inclui ferramentas como metrônomo e afinador. Novas ferramentas estão a surgir nos dias de hoje, utilizando inteligência artificial como é o exemplo de aplicações como o Smart Music que utilizam a sua tecnologia para analisarem o áudio que estão a receber e mostrarem na partitura onde existiram erros.

Apesar de não ter sido o caso nomeadamente por serem aulas de Instrumento e individuais, o ensino à distância pode provocar uma atitude menos positiva por parte do aluno. A falta de concentração e atenção podem ser fatores prejudiciais que este tipo de ensino pode trazer. Do ponto de vista do professor é necessário uma melhor preparação da aula, sendo fundamental ter todos os recursos prontos no momento certo. Esta preparação reforçada pela necessidade de reinventar estratégias e recursos pedagógicos (partituras, livros) requer um maior tempo despendido.

6. Reflexão Final

Refletindo sobre o estágio profissional de uma forma global, caracterizo o ano letivo como algo que me permitiu adicionar imenso valor às minhas práticas educativas. A leitura de artigos relacionados com diferentes metodologias de ensino de música permitiram imediatamente rever alguns conceitos que foram observados nas aulas lecionadas. Desta maneira, um professor deverá sempre recolher informação sobre novas práticas e estratégias de ensino, de maneira a aumentar a qualidade da sua atividade pedagógica.

O primeiro ponto para o qual o estágio profissional exigiu a minha reflexão relaciona-se com a temática da criatividade. De acordo com David Ake (2003), investigador no campo do ensino do jazz, no início do século XX críticos e ouvintes de música, sobretudo europeus, encontravam-se fascinados com o grau de criatividade que o jazz trazia, nomeadamente por causa de uma das suas principais características, a improvisação. Muito se tem discutido sobre este tema, nomeadamente como se deve ensinar este elemento. Existe ainda outra problemática presente na investigação do jazz, que reflete a forma como se ajuda um aluno a ter uma voz própria e única. Deve ser feita a separação do conceito de criatividade com a capacidade de ter uma voz musical própria, visto que não é necessário termos uma voz única (timbre e/ou linguagem de improvisação) para que sejamos criativos, como é o caso de Dexter Gordon.

A falta de distinção nos discursos musicais dos alunos que acabam licenciaturas no campo da música, nomeadamente no que toca aos recursos estilísticos que são usados num contexto de improvisação tem sido também alvo de observação. Esta questão traz algumas questões complexas adjacentes, como por exemplo, qual é o lugar da linguagem do bebop na aprendizagem de jazz. Se por um lado permite a um aluno dominar alguns elementos fundamentais para improvisar, por outro lado também pode provocar uma abordagem semelhante à improvisação dos seus colegas.

Uma das observações que se tem feito encontra-se relacionada com a forma como os músicos ao longo da história têm aprendido jazz. Até meados dos anos 40, quando o jazz se começou a tornar objeto de estudo nas instituições de ensino, todos os músicos de jazz aprendiam através de ajuda de outros artistas, assimilando ideias musicais de ouvido de uma forma autodidata. No artigo Beale, C. (2000), é discutido o

facto de a institucionalização do ensino do jazz trazer um sistema que permite poupar bastante tempo, nomeadamente na aprendizagem de conceitos-chave e certas competências. Contudo, este mesmo meio também pode ser responsável por uma perda de traços musicais distintos em cada um dos alunos, principalmente quando os métodos e recursos de ensino são os mesmos para todos os alunos.

Analisando o papel deste tema nas aulas observadas, considero pertinente refletir sobre a utilização de livros de estudos de Jim Snidero para os dois alunos de anos diferentes (aluno B e C). Sendo que existem várias razões para a utilização dos mesmos recursos, como por exemplo a intenção consciente por parte dos alunos em aprofundarem uma época específica do jazz, é importante analisar quais são os materiais que levarão o aluno a atingir o que pretende.

Outro dos aspetos que influencia esta perda de criatividade e de voz única e pessoal é a área musical que inclui elementos como a afinação e o timbre. A abordagem pedagógica de um som uniforme entre alunos é compreensível na performance de ensembles como Big Bands, onde músicos com fortes personalidades musicais podem destruir a performance musical de um grupo de Música de Câmara/Combo. Contudo, devemos-nos lembrar que músicos como Ornette Coleman, Sidney Bechet, Bill Frisell, Miles Davis ou Evan Parker, marcaram a música com timbres únicos e originais. Este deve ser assim um campo alvo de estudo nas aulas de instrumento, de forma a dar a possibilidade ao aluno de desenvolver a sua própria voz (Ake, D. 2003).

Refletindo sobre as aulas observadas do aluno A, considero que os métodos e estratégias utilizadas pelo professor cooperante ajudaram bastante o aluno em questão. Ainda sobre o tópico da criatividade, apesar de existirem certas “regras” e conceitos-chave dentro de cada época da música erudita, o professor cooperante apelava sempre ao aluno para procurar desenvolver as suas próprias ideias musicais em cada obra. Em certos momentos, quando o aluno tocava uma frase com a interpretação que tinha desenvolvido no seu estudo, o professor dizia-lhe que poderia ser uma interpretação possível e sugeria outro tipo de interpretação, fundamentando-a de seguida.

Uma das estratégias que foi utilizada numa das aulas dadas com o aluno A, e que poderia ser mais abordada nos conteúdos lecionados pelos professores de música erudita, é a introdução à improvisação, como estratégia para melhorar a criatividade e

fomentar um dos processos fundamentais na expressividade musical, a audição. A audição baseia-se num conceito criado por Edwin Gordon, que consiste na audição mental de padrões musicais previamente à sua execução.¹⁸

Um dos conceitos retidos no primeiro ano do mestrado em ensino de música centrou-se na conceção de que para um aluno sentir motivação numa tarefa deve sentir que a mesma se apresenta como um desafio, sem ao mesmo tempo parecer impossível ou inalcançável. Desta forma, verifiquei que os solos pedidos aos alunos B e C motivaram os alunos mesmo com a existência de algumas passagens que não conseguiram tocar. Este deve ser assim também um dos elementos que cada pedagogo deve considerar na sua escolha de repertório.

Um dos pontos que faria diferente diz respeito à dificuldade em termos de execução técnica dos solos pedidos aos alunos B e C. Estando os dois alunos ainda numa fase em que não são capazes de tocar sem erros as escalas e respetivos padrões, levanta-se a questão se os solos deveriam ser menos exigentes em termos técnicos de maneira a tornar o trabalho mais produtivo.

A necessidade de possuir várias estratégias e abordagens para a transmissão de certos conhecimentos ligados ao domínio da música e do instrumento é essencial. Em algumas aulas dadas, senti algumas dificuldades em aplicar o caminho mais eficiente, devido a certos alunos terem mais dificuldades ou precisarem de assimilarem este conhecimento de uma maneira diferente. Desta forma, observei que adquiri diversas formas de explicar o mesmo conceito.

Este estágio permitiu não só a consolidação de conhecimentos adquiridos no ano anterior, como também criou novas perguntas e questões sobre o ensino. Analisando os objetivos dos alunos B e C, levantaram-se questões sobre se o grau de exigência e as expectativas deverão ser adaptadas a alunos que não queiram seguir música. Deverão ser estabelecidas diferentes metas para estes alunos? O grau de exigência deve ser o mesmo? Desta maneira podemos também contra-argumentar esta problemática, sublinhando que para um aluno ter motivação deve ter objetivos musicais que não sejam

¹⁸ Para mais informações sobre este tópico consultar Ferreira, I. Relatório de estágio - Pertinência da inclusão da improvisação no currículo instrumental/vocal do ensino especializado da música, enquanto ferramenta para a promoção da criatividade e do desenvolvimento musical e pessoal (2013) - Escola Superior de Música de Lisboa.

impossíveis de alcançar, mas que sejam considerados como desafios. Com isto, considero que as ambições de todos os alunos devem ser alvo de debate nas aulas, para que possam ser delineados objetivos e horas de estudo, de acordo com cada um.

PARTE II

A IMPORTÂNCIA DE COMPETÊNCIAS DE EMPREENDEDORISMO NO ENSINO DE MÚSICA

1. Introdução

1.1 Descrição, Objetivos e Motivação.

Este trabalho de investigação correspondente à segunda parte do relatório de estágio apresenta-nos como tema a falta nos programas curriculares de música de certo tipo de competências. As transformações que têm ocorrido na indústria musical ao longo das últimas décadas trouxeram consigo novas exigências. A eliminação de mediadores, a perda de receitas vindas dos CDs e a mudança de preferências musicais dos consumidores são alguns dos fatores transformadores. Devido a esta mudança na indústria musical, os músicos necessitam de executar tarefas que outrora eram delegadas a outras pessoas. Atualmente, é necessário que um músico perceba como funciona a distribuição de música, como redigir um *Website*, como utilizar as redes sociais como veículo de promoção e como obter financiamento. Estas são algumas das competências fundamentais ligadas ao empreendedorismo para o sucesso de uma carreira musical nos dias de hoje. De salientar que no contexto deste trabalho, sucesso musical corresponde à capacidade de nos conseguirmos subsistir com a nossa arte.

A dificuldade na inserção no mercado de trabalho e a incapacidade em conseguir gerir de uma forma saudável todas as atividades que devemos realizar constituem uma forte razão para refletir se estaremos a adquirir todos os conteúdos necessários. Desta forma, no ano letivo 2018/2019, realizei o meu trabalho de investigação sobre este mesmo tema para a disciplina de Metodologia de Investigação, com o objetivo de averiguar se no contexto educativo Português os alunos de música sentem também esta necessidade.

Desta forma, a minha motivação para continuar com o mesmo tema no meu trabalho de investigação, aumentou ainda mais. Neste trabalho, os objetivos que pretendo alcançar são os seguintes:

- Compreender a necessidade de certo tipo de conhecimentos como essenciais ao sucesso de qualquer músico profissional.

- Perceber os fatores de mudança na indústria musical que obrigam a um sistema de ensino sempre vigilante às competências necessárias no mercado de trabalho.

- Explorar como os currículos de música noutros países, estão a ser construídos de maneira a que possamos aproveitar o que de melhor nos oferecem.

- Apresentar de forma concreta os diferentes tópicos que deveriam ser ensinados numa cadeira de Desenvolvimento de Carreira.

2. Contexto Geral

2.1 Empreendedorismo nas Artes

Nas últimas décadas temos assistido ao aparecimento significativo nos programas curriculares de música, de disciplinas que exigem o desenvolvimento de competências ligadas ao empreendedorismo (Beckman, G. 2005). Esta transformação nos programas curriculares tem sido mais evidenciada nos Estados Unidos¹⁹, não descartando a Europa que nos últimos anos tem implementado vários programas com este género de competências. Este movimento não se tem apenas desenvolvido no mundo da música, mas também em cursos de artes em geral.

Jovens que recentemente acabaram os seus estudos musicais, descobrem que as competências que assimilaram nas instituições de ensino, não lhes permitem ter sucesso imediatamente na indústria musical e nas novas realidades que esta apresenta (Usherwood, J 2015). No artigo de Miller, Dumford & Johnson (2017), os autores afirmam que embora os alunos reconheçam que estejam a receber um ensino de grande qualidade no que toca a competências técnicas ligadas ao campo musical, reconhecem também que necessitam de outro tipo de competências.

De acordo com Kelman, K (2015), a autora do artigo refere que existe uma grande percentagem de antigos alunos de cursos superiores de música que, ou se encontram empregados em outro tipo de empregos que não têm a ver com a sua área, ou necessitam de outro tipo de rendimento adicional. Será que a falta de competências ligadas ao empreendedorismo será a única razão para a fraca empregabilidade dos músicos provenientes das universidades? Embora possamos apontar várias causas para esta pergunta, como por exemplo o facto de alguns alunos não concluírem os seus estudos com o nível desejado, a realidade da indústria musical é que existe bastante trabalho musical que não é realizado pelas pessoas mais competentes para a execução do mesmo. Esta situação acontece por exemplo, quando um excelente músico não sabe o que deve fazer para se promover ou como encontrar oportunidades para mostrar o seu trabalho artístico. No artigo de Miller, A., Dumford, A., & Johnson, W. (2017), é

¹⁹Algumas das instituições a implementar este tipo de unidades curriculares são University of Massachusetts, Western Carolina University e a University of Arizona.

apresentado um estudo sobre como alunos de música compreendem a importância de cada disciplina. Os autores referem que é necessário facultar a estes alunos um ensino onde possam receber o conhecimento de que necessitam para terem sucesso no mercado de trabalho na área da sua formação, visto que muitos dos ex-alunos terão que criar as suas próprias oportunidades, suportando com projetos próprios.

As administrações das universidades começaram a examinar esta necessidade de uma forma mais ativa nos anos 90, como uma maneira de melhorar o sucesso profissional dos seus alunos. Contudo, já em 1982 a Columbia College Chicago incorporava no ensino de música algumas competências ligadas ao empreendedorismo. Foi no ano 1996 contudo, que algumas iniciativas significativas se começaram a desenvolver, provenientes do resultado da obtenção de subsídios ou prémios (Beckman, G. 2007), como é o um dos programas que se revelaram mais inovadores neste campo, Eastman School of Music's Arts Leadership *Program* (hoje apelidado por Institute for Music Leadership). O facto de este período no tempo coincidir com a chegada da internet, não é uma coincidência. Nos dias de hoje, contamos com mais de uma centena de programas ou cursos direccionados para este tema nos Estados Unidos especificamente, e vários cursos/programas na Europa também.

Nas palavras de Tayloe Harding²⁰, referidas na tese de Doutoramento de Jessica Usherwood (2015), "...to meet emerging societal needs for more music....[young] professional musicians [need] to acquire a bank of knowledge, a set of skills...This knowledge, these skills, and that behavior are embodied in one discipline: entrepreneurship"²¹.

2.2 Fatores que transformaram a Indústria

O mercado de trabalho no mundo da música sofreu várias transformações ao longo dos últimos 30 anos. Esta transformação é fruto de vários agentes de mudança. Alguns destes elementos são:

- Chegada de novas tecnologias (a internet e o formato mp3);

²⁰ Ver em Harding, C. Tayloe. "Why Music Entrepreneurship and Why in College Music Training." In *Disciplining the Arts: Teaching Entrepreneurship in Context*, edited by Gary D. Beckman, 17-23. Lanham, MD: Rowman & Littlefield, 2011.

²¹ "para irmos ao encontro das necessidades sociais emergentes por mais música...(jovens) músicos necessitam de adquirir novos conhecimentos, um conjunto de competências...Este conhecimento, estas competências, e esse comportamento encontra-se englobadas numa disciplina: empreendedorismo"

- Aumento na quantidade de músicos;
- Mudança nas preferências musicais dos consumidores;
- Diminuição de mediadores (editoras discográficas, promotores, agentes e salas de concerto);

1. Tecnologia

Um dos fatores que levanta a questão sobre se o ensino de competências ligadas ao empreendedorismo faz sentido é a mudança no mercado de trabalho provocada pelas novas tecnologias.

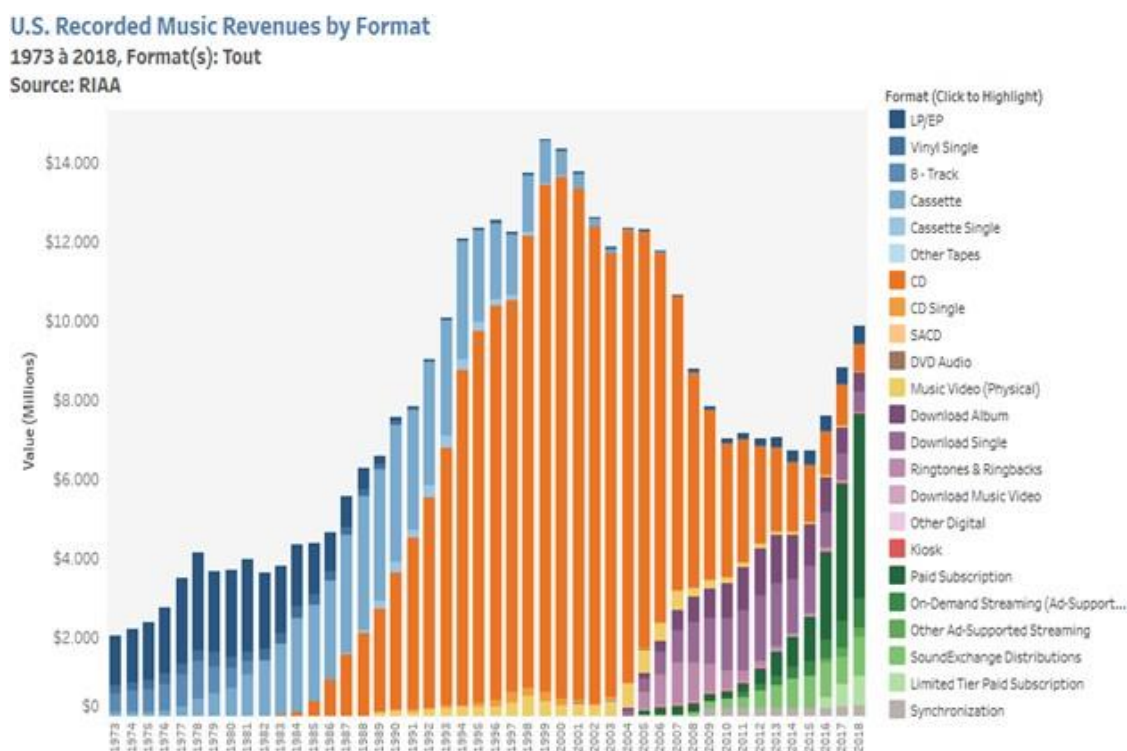
Podemos apontar o ano de 1994 como o início de uma das revoluções tecnológicas que veio mudar a indústria musical, o formato mp3. Este avanço permitiu que pudéssemos comprimir música numa relação de 12 para 1, mantendo ainda assim uma boa qualidade de som. Esta evolução tecnológica deu início a uma desmaterialização do suporte de música, não sendo necessário um CD para guardar música, permitindo assim armazenar apenas de forma digital.

Consequentemente, este novo formato possibilitou a criação de uma plataforma de partilha de música apelidada de Napster. Apesar de este processo ter sido considerado mais tarde ilegal, Napster deu início a uma nova era de plataformas de *streaming*, como Spotify, Itunes e Rhapsody. O facto de um consumidor poder escolher determinadas músicas e não ter que comprar um álbum inteiro, veio a mudar também os processos de conceção de álbum.

No artigo de Kristina Thomson (2013), a autora começa por expor que a chegada destas novas tecnologias trouxe vantagens e desvantagens para os artistas. Por um lado, a existência de lojas online de música, do *streaming* e a descida dos investimentos necessários para gravar um CD permitiram aos artistas uma entrada mais fácil no mercado. Isto fez com que o poder das editoras discográficas diminuísse drasticamente, permitindo a qualquer músico, que mesmo sem investimento próprio (utilizando plataformas de *crowdfunding* e outras ferramentas de financiamento), pudesse gravar o seu próprio disco.

Contudo, tal como acontece com a chegada de qualquer tecnologia disruptiva, existem oportunidades a serem aproveitadas, assim como também surgem ameaças às normas e hábitos dessas indústrias. Posto isto, a internet veio trazer problemas à indústria musical, resultando num declínio de receitas de CDs de todos os géneros musicais em cerca de 50% entre 1999 e 2015 (Passman, 2015 & Toscher & Bjørnø, 2019). O volume de downloads ilegais, o declínio grave nas vendas de CDs, o encerramento de lojas físicas e as receitas baixas que provêm dos serviços de *streaming* tornaram a indústria musical numa área com bastantes mais dificuldades.

Gráfico 1 - Receitas da indústria musical nos Estados Unidos



Retirado a 3 de Janeiro, 2020 do *website* The recording industry association of America (RIAA)
<https://www.riaa.com/u-s-sales-database/>

2. Mudanças nas preferências musicais dos consumidores

Nem todas as dificuldades provêm da chegada das novas tecnologias. Tanto a música erudita como o jazz perderam ao longo dos anos a sua influência nas massas, o que conduziu uma redução do público ouvinte (Usherwood, 2015). Nos dias de hoje, a percentagem do mercado combinado de jazz e música erudita é de apenas 3% do mercado global. Devido à diminuição do tamanho do mercado, as possibilidades para

performance foram sendo reduzidas significativamente.

Segundo Laing, D. (2003), até meados dos anos 40, altura em que a época das Big Bands começou a desvanecer, o jazz era visto como música popular, ou seja, música de massas. Artistas como Benny Goodman e Duke Ellington receberam de edições fonográficas valores aproximados a muitos artistas de pop dos dias de hoje. Simultaneamente, nesta época, a ênfase dada ao bebop, enquanto música para ser ouvida e não dançada, veio tentar trazer reconhecimento ao jazz como arte e como música de concerto. Segundo Laing, D. (2003) a falta de apoio monetário institucional para este género de música resulta do insucesso nesta tentativa de reconhecimento.

3. Aumento na quantidade de músicos

Contrariando a tendência decrescente do público de jazz desde os meados dos anos 40, houve um crescimento significativo em termos de quantidade e qualidade de músicos tanto no jazz como em música clássica. Fatores como o aumento de instituições de ensino nos Estados Unidos e o aumento do poder de compra das famílias permitiram um aumento significativo na qualidade e quantidade de músicos de jazz. A título de exemplo, também em Portugal a criação do HCP e da sua respectiva escola vieram trazer grandes músicos de jazz para o panorama nacional.

4. Diminuição no número de mediadores

Mediadores podem ser definidos como agentes que influenciam a produção de atividades e produtos culturais, ou seja, todos os intervenientes que se encontram entre os criadores e o público (Janssen, S. & Verboord, M. 2015). Editoras discográficas, agentes, promotores, jornalistas, locais para concertos e instituições responsáveis pela distribuição de atividades são alguns exemplos de mediadores no campo cultural. Do ponto de vista do artista, estes agentes tornam-se essenciais não só para auxiliarem na obtenção de oportunidades de performance e de venda de música, mas também como instituições ou pessoas que validam a qualidade de obras artísticas. Nos dias de hoje, assistimos a uma redução significativa de mediadores culturais, como é o caso da diminuição de editoras e agentes existentes (Laing, D. 2003).

A percepção e compreensão de todas estas forças que afetam o nosso mercado de trabalho é indispensável para a saúde das nossas organizações culturais. Temos visto o enfraquecimento de algumas das mais importantes organizações culturais, tanto internacionalmente como é o caso da Detroit Metropolitan Opera e da Philadelphia Orchestra (Usherwood, 2015), como a nível nacional, temos o exemplo de alguns ensembles portugueses. Contudo, a compreensão de alguns elementos importantes permite-nos olhar para casos de sucesso como a Orquestra de Jazz de Matosinhos, a associação cultural Porta-Jazz e o Hot Clube de Portugal. Internacionalmente, a Atlanta Symphony Orchestra, depois de ter um défice na época 2013/2014 de 22 milhões (Usherwood, 2015), conseguiu dar a volta e através de *live webcast*, aumentou substancialmente a sua audiência e tem uma ocupação de 90% nos seus espetáculos.

2.3 Será que o ensino deste tipo de competências faz realmente sentido?

Muitos professores e estudantes de música podem questionar se fará realmente sentido a inserção no ensino de música deste tipo de conceitos (Beckman, G. 2015). As razões para a origem desta pergunta são várias, desde o facto de que estaríamos a retirar tempo de aulas e estudo a outras cadeiras de música importantes, de que a arte vale por si própria e por esta razão não deveremos pensar em fatores económicos, à crença de que os melhores instrumentistas/profissionais do ensino irão certamente ter lugar no mercado de trabalho. Na origem da decisão de um jovem em seguir a carreira artística, raramente fatores económicos são considerados na sua escolha, mas sim o gosto e a paixão pela arte. Contudo, é também o desejo de ser um dia vir a ser um músico profissional que nos estimula a escolher seguir por um curso de ensino superior de música.

Estudos realizados recentemente indicam uma grande percentagem de alunos que não foram capazes de encontrar o seu lugar no mercado de trabalho, ou que necessitaram de encontrar meios alternativos para obter os seus rendimentos de maneira a que possam sobreviver (Dumford & Johnson, 2017). Desta forma Beckman, G. (2005) questiona neste artigo se perante um cenário de conclusão do curso em que não possamos aplicar no mercado do trabalho as competências de música que adquirimos ao longo do curso, não fará sentido dedicarmos algum do nosso tempo à aquisição destas competências para que possamos fazer o que sempre desejámos?

Gary Beckman, um dos autores mais influentes e importantes sobre este tópico, toca num ponto curiosamente pouco falado na literatura sobre este tema. A receção por parte dos alunos da chegada desta transformação no ensino de música foi boa e ansiosamente esperada (Beckman, G. 2007). Contudo, embora a participação em muitas universidades seja grande, existe também um grande número de universidades nas quais estes programas têm pouca afluência. Isto deve-se ao facto de os estudantes de música passarem 3 ou mais horas por dia a estudarem o seu instrumento, a aperfeiçoarem as suas capacidades musicais isoladamente em estúdios. Para além destas horas de estudos, os alunos de música passam outras tantas horas em aulas técnicas e em ensaios de Música de Câmara. Esta questão de falta de tempo, ou má gestão dele, dificulta o ensino deste tipo de competências tão importantes para os resultados profissionais após os seus estudos.

Como anteriormente foi mencionado, prevalece ainda uma ideologia de “arts for art’s sake”. Citando Jeffrey Nyth (2012) da Universidade de Colorado, este ideal para os artistas consiste numa atitude “that the self-expression of their artistic impulse was the defining force of their work and that audiences are, at best, incidental, and at worst, irrelevant”²². Excelência e autenticidade artística não são fatores que temos de comprometer para alcançar êxito profissional. Ao invés, devemos sim assimilar e saber aplicar o conhecimento sobre as sensibilidades e comportamento da audiência, na formulação não do conteúdo do nosso projeto, mas sim na sua estrutura. Em suma, devem ser absorvidos métodos de construção de audiências. Para que este processo aconteça é necessário que os alunos de música se preocupem com o seu nível musical em primeiro lugar, mas que tenham ainda assim disponibilidade para compreender como podem construir os seus projetos musicais ao longo dos seus estudos.

Outra razão para a necessidade da existência do ensino destas competências prende-se com uma das maiores dificuldades que nós enquanto músicos apresentamos. Esta dificuldade é a falta de tempo para todas as atividades que temos que realizar (Kelman, 2015). Ao contrário dos músicos de Pop, Rock, e de outros estilos musicais *mainstream*, os músicos de música clássica e de jazz normalmente realizam todas as atividades de promoção, marcação de concertos, desenvolvimento dos seus projetos musicais, assuntos fiscais, estudo do instrumento, entre outros. Devemos assim

²² “de que a auto-expressão do seu impulso artístico era a força definidora do seu trabalho e que as audiências são, acidentais e no pior dos casos, irrelevantes”

conhecer os métodos utilizados e adaptar da melhor maneira possível à nossa realidade (mais informação sobre este tópico à frente). Sem este conhecimento, o nosso trabalho enquanto músicos será certamente sentido como esmagador.

2.4 Tendências na Construção dos Programas Curriculares

Analisando os programas curriculares existentes até à data, concluímos que existe efetivamente uma grande diversidade no que toca aos conteúdos e formatos das aulas providenciadas pelos cursos de música.

Uma das tendências a que se tem assistido é a colaboração com cursos de empreendedorismo de forma a criarem uma parceria, ou a aplicação de conteúdos dados nestas universidades sem a sua devida adaptação ao contexto musical. Esta prática, apesar de permitir a possibilidade de *networking* com pessoas de outras áreas que poderão ser vantajosas no futuro, não permite um enquadramento dos conteúdos com a realidade musical. O objetivo não consiste em ensinar empreendedorismo em si, mas sim poder aplicar alguns dos métodos e técnicas para podermos ter uma carreira de sucesso nas artes.

Uma segunda tendência que podemos observar é o facto de muitos dos programas curriculares se focarem apenas em organizações lucrativas, deixando assim de parte todas as competências que devem ser ensinadas para quem deseje enveredar por uma carreira em atividades sem fins lucrativos ou no ensino.

No ensino deste tipo de conteúdos, as universidades utilizam vários formatos, como por exemplo *workshops*, palestras com pessoas relevantes sobre o tópico, cursos com uma grande percentagem no foco de competências de empreendedorismo, a uma cadeira de desenvolvimento de carreira ao longo do curso. É importante referir que alguns tópicos podem não ser de interesse para todos os alunos, deste modo, o objetivo não deve ser instruir o assunto ao detalhe, mas sim fornecer os recursos pedagógicos e as suas bases para que qualquer aluno possa aprofundar esse assunto caso assim o deseje.

De lembrar que nem todas as instituições de ensino nem estudantes têm os mesmos propósitos e objetivos. Os objetivos e esperanças de um aluno são diferentes de outro, e o mesmo acontece nas instituições. Contudo, o fator em comum que deve existir é a verdadeira correspondência em todos os materiais promocionais (*website*, *flyers*, etc..) e todo o tipo de comunicação existente numa universidade, com os seus

propósitos e objetivos dos seus programas curriculares (White, J. 2013). Desta forma, uma universidade que deseje apenas desenvolver excelência musical deve comunicar o seu propósito.

3. Investigação

3.1 Enquadramento

No ano letivo passado, o mestrando elaborou um programa para uma disciplina que compreendesse estas competências ligadas ao empreendedorismo no seu trabalho de investigação. Este programa consistiu numa matriz base para uma cadeira de 2 anos (4 semestres) para o ensino superior, tanto para a vertente de música erudita como para o jazz. A matriz descrevia em cada semestre, os seus conteúdos teóricos, objetivos gerais e os recursos pedagógicos que poderiam ser utilizados.

A problemática neste trabalho consiste numa descrição pormenorizada sobre o que estes conteúdos teóricos abarcam. Descrever a sua importância e que modelos teóricos devem ser utilizados para o ensino destas competências é o seu objetivo. Para que este trabalho possa servir de apoio para a implementação de uma cadeira com este tipo de competências nos programas curriculares de música portugueses, é necessário apresentar e explicitar de forma concisa todos os conceitos que devem ser assimilados.

3.2 Metodologia

Para este objetivo irei utilizar os recursos pedagógicos utilizados nos principais programas que ensinam este tipo de competências. Estes programas foram selecionados de acordo com o mérito das universidades que acolhem estes programas e de acordo com a facilidade na obtenção dos recursos utilizados. Outro critério utilizado foi o nível de enquadramento de cada programa no contexto em que se espera aplicar. Sabemos que existem cursos que se focam mais na parte de empreendedorismo do que na parte musical em si, desta forma, os recursos destes programas não foram tidos em conta. É importante mencionar que os manuais/livros de referência neste campo são escritos por diretores de programas de ensino nas mais prestigiadas escolas desde campo, são eles: Angela Myles Beeching (Manhattan School of Music, New England Conservatory), David Cutler (Duquesne University) e Raymond Ricker (Eastman School of Music). Gary Beckman é também um autor de referência e diretor de várias iniciativas neste campo, contudo foca-se menos nos conteúdos teóricos e mais numa visão macro, ou seja, nos conceitos delineadores que devem ser aplicados conscientemente na criação destes programas curriculares.

Para além disto, efetuei várias entrevistas a pessoas relevantes no panorama nacional, que pudessem fornecer informação importante para alguns dos tópicos numa possível cadeira que ensine este tipo de competências. Apesar de toda a pesquisa bibliográfica efetuada, alguns tópicos devem ser revistos de acordo com a legislação portuguesa, como é o caso dos direitos de autor, direitos dos artistas e noções de contabilidade. Após selecionar os tópicos que seriam de maior interesse, e as melhores pessoas compatíveis na obtenção deste conhecimento, foi feita uma preparação das perguntas a serem realizadas no contexto da entrevista.

4. Carreiras disponíveis no mercado de trabalho

Nos tempos atuais, vemos cada vez mais músicos a terem rendimentos provenientes de várias facetas do seu trabalho, por outras palavras, os rendimentos de um músico de jazz raramente são resultado de apenas *gigs*²³, do ensino, ou de arranjos orquestrais. É assim importante esclarecer quais são as vias de rendimento disponíveis para cada instrumento e género musical.

Após isto, tal como nos é descrito por Angela Beeching (2010), é importante refletirmos sobre onde residem os nossos pontos fortes e fraquezas, de modo a que possamos avaliar onde temos mais probabilidades de singrar. Devem ser analisadas e retratadas todas as possibilidades que um artista pode ter. Apesar de existirem muitas possibilidades para um artista receber rendimentos no campo musical, o problema reside no facto de muitas vezes os músicos não terem a consciência de que estas oportunidades existem ou sabem muito pouco sobre estas. Abaixo temos apenas algumas destas possibilidades, que podem ser um trabalho full-time, trabalho freelancer, ou receitas recebidas esporadicamente. Devem ser consideradas todas as vantagens de cada tipo de rendimento, visto que muitos músicos decidem ter um trabalho full-time devido às vantagens de possuírem segurança social e seguro de saúde, e terem como complemento os seus projetos freelancer.

Tabela 5 - Lista de algumas possibilidades de rendimento

- Performance	- Eventos (sociais e corporativos)	-Direitos de artista
- Professor	- Produtor Musical	- <i>Merchandise</i> (CDs e todos os produtos relacionados com a marca)
- Arranjos musicais	- Músico de orquestra	- Reparação de instrumentos
- Maestro	- Banda Militar	- Produtor de espetáculos/concertos
- Criação de materiais educativos	- Direitos de autor	
	- Criação de uma associação cultural	

Elaborado pelo autor com base no livro Cutler, D. (2010). *The savvy musician: Building a career, earning a living & making a difference*. Pittsburgh, PA: Helius Press.

²³ *Gig* é um termo utilizado para descrever uma performance musical, gravação de estúdio ou outra atividade singular (normalmente remunerada) em que um artista participe.

Estas são apenas algumas das possibilidades de rendimento para os músicos, e deve ser apresentada uma caracterização, os requerimentos necessários e as perspectivas para o futuro de cada uma das possibilidades (Usherwood, J. 2015).

Algumas outras perguntas importantes a fazer têm a ver com as percentagens dos nossos rendimentos que provêm de várias vias. Como estamos a geri-las? Será necessário atribuímos algumas destas atividades a alguém, de maneira a perdermos menos tempo com a parte administrativa? Depois desta análise, teremos que tomar a decisão de deixar uma via e perseguir outra, que inesperadamente nos trouxe mais benefícios do que pensávamos?

5. Funcionamento da Indústria Musical

5.1 Indústria Discográfica

Um dos tópicos que deve ser abordado consiste na caracterização do tipo de editoras existentes nos dias de hoje e os processos que constituem a sua atividade. Atualmente a indústria discográfica é composta por três grandes editoras, sendo elas a Warner Music Group, a Sony BMG e a Universal Music Group (Passman, D. 2015). Estas três editoras contêm portfólios diversificados no que toca a estilos musicais, contudo apenas têm contratos com os maiores artistas dentro de cada género musical. Até aos anos 60, década que data a percentagem de mercado de 33% para música erudita e jazz, era possível trabalhar de forma a ser “descoberto” pela secção denominada por *Artists & Repertoire* (A&R) de uma editora. Tendo um contrato com uma destas editoras, era possível aos artistas (e ainda é, apenas muito mais difícil de acontecer) concentrarem-se apenas na parte da performance, sendo a promoção, marketing, distribuição, financiamento, entre outras tarefas, trabalho que a editora faria por nós.

Temos ainda editoras independentes ou *indie*. Apesar de se chamarem independentes muitas destas editoras chegam a pertencer às grandes editoras, ou em alguns casos trabalham em parceria, deixando para estas o trabalho de distribuição ou marketing. Contudo, existem muitas editoras realmente independentes. O problema destas editoras é que muitas vezes não fazem nenhum trabalho de promoção ao artista, e algumas chegam mesmo a não fazer qualquer trabalho de distribuição.

Existe ainda o caso de muitos artistas que optam por não lançarem os seus trabalhos discográficos em qualquer editora, movimento conhecido por DIY (Do It Yourself). Este é o modelo escolhido por muitos músicos, cenário onde são responsáveis por todas as tarefas necessárias ao lançamento de um CD.

Apesar de parecer antecipadamente um cenário desolador pela quantidade de atividades necessárias para alcançar o sucesso, é possível tornar todo este trabalho mais fácil. É assim importante ensinar aos alunos de música quais são os recursos e métodos para tornar todas estas tarefas mais fáceis.

Atualmente, existem empresas que nos permitem fazer uma distribuição online

de uma maneira fácil e eficaz, como exemplo a CDBaby. Pagando a esta empresa cerca de 9% das receitas digitais e 4 dólares por cada CD físico, é possível termos distribuição em plataformas como iTunes, Rhapsody, Amazon, etc...

A maior parte das vezes a decisão de um músico gravar um álbum não provém de um objetivo financeiro, mas sim do desejo de se exprimir musicalmente e fazer disso um produto tangível que possa ser recordado. Deste modo, deve-se pensar previamente nos objetivos a atingir, assim como nas razões em que se baseiam esses objetivos e os recursos necessários para os alcançar.

É importante também perceber como são realizados os contratos nas grandes editoras. Embora seja difícil termos um contrato deste tipo (com adiantamentos), é importante saber como estes são feitos para podermos também entender serviços de *streaming* ou qualquer licenciamento que necessitemos de fazer (como por exemplo um arranjo de obras de outro autor).

Um típico contrato começa com um adiantamento para o artista, que deve ser utilizado para gravar um álbum e para o artista viver deste adiantamento. Após o lançamento do álbum por uma grande editora, o artista recebe uma percentagem de cada álbum vendido, normalmente entre 10 a 15 por cento, sendo que o restante é entregue à editora. Contudo, o artista não recebe quaisquer receitas de *royalties*²⁴, até ao momento em que o montante que o artista deveria ter recebido destes *royalties* ultrapasse o valor do adiantamento. Por outras palavras o dinheiro recebido como adiantamento deverá ser deduzido das receitas que o álbum gerou. Existem ainda outras despesas que deverão ser deduzidas e muitos outros aspetos que deverão ser esclarecidos para quem queira compreender este tema. Muitas vezes um artista que vá lançar o seu segundo álbum pela mesma editora e que se encontre em dívida com a editora (as suas *royalties* não pagaram o adiantamento e todas as despesas associadas), o que acontece é que essa dívida segue para o próximo álbum, criando assim uma situação possivelmente impossível de resolver para o artista.

De assinalar que as percentagens referidas anteriormente (10 a 15%) referem-se

²⁴ A definição de royalties segundo o livro Music Business de David e Tim Baskerville consiste numa taxa paga ao artista e compositor pelo uso de trabalhos protegidos por leis de propriedade intelectual.

“apenas” aos direitos do artista²⁵ que executou as obras, restando os direitos dos autores, que compuseram a música e as letras caso existam. Estes contratos dizem respeito a contratos com editoras com algum reconhecimento, visto que muitas editoras independentes não oferecem qualquer adiantamento nem realizam qualquer tipo de trabalho de promoção, permitindo assim uma maior percentagem no que diz respeito aos royalties. Para um artista que não deseje conceber um projeto musical de grande dimensão, não existe necessidade de recorrer a uma editora deste tipo. Contudo, para quem assim o deseja, a possibilidade de beneficiar de todos os contactos e talento que uma boa editora tem constitui uma boa opção. Devemos assim refletir se as receitas que iremos receber serão maiores ou menores, estando com uma editora ou não.

5.2 Streaming

O funcionamento dos serviços de *streaming* é um tópico onde reside muita confusão, especialmente no que toca ao pagamento de royalties. Para compreendermos este tópico devemos compreender alguns conceitos. Em primeiro lugar, devemos perceber que os serviços de *streaming* funcionam através de contratos de licenciamento. Desta forma, o serviço não paga um valor fixo pela utilização das nossas obras musicais, mas sim uma percentagem das receitas que estas permitiram gerar. Esta percentagem normalmente situa-se por volta dos 70%.

As receitas do Spotify são provenientes na maior parte de dois modos. Para os utilizadores que utilizam o serviço grátis, o Spotify recebe receitas de todos os anunciantes que desejam colocar publicidade no serviço. O segundo modo recai sobre a possibilidade de os seus utilizadores poderem pagar uma subscrição sem interrupções de qualquer anunciante. Existem ainda outros privilégios para o serviço de subscrição. Uma vez que o modo grátis gera muito menos receitas do que o outro em que os utilizadores escolhem o serviço de subscrição, muito se tem discutido sobre o que se deve fazer de modo a que as receitas aumentem.

De uma forma geral, devemos saber que a percentagem de dinheiro que o Spotify tem de pagar pelo licenciamento deve ser ainda distribuída pelos artistas e autores. Esta totalidade deve ser assim distribuída numa razão de 80% para os artistas

²⁵ Desta percentagem deverá ser na verdade retirada uma percentagem para o produtor normalmente (varia de contrato para contrato)

que gravaram a música e 20% para os compositores (*mechanical royalties* e *public performance royalties*). Há ainda a salientar que estes montantes não são entregues diretamente aos artistas e autores. Na distribuição dos royalties, os serviços de *streaming* pagam às entidades responsáveis pela gestão destes direitos, como por exemplo a SPA, editoras e a CDBaby. Estas, por sua vez, após retirarem a sua percentagem devida, pagam aos artistas e aos autores.

Na realidade, o serviço que transmite mais conteúdo musical é o Youtube. Esta plataforma é também neste momento a que paga menos aos músicos. Tendo um modelo de negócio em que todo o conteúdo é grátis, as suas únicas receitas são provenientes de publicidade (Passman, D. 2015). Contudo, existe um serviço do Youtube para os músicos apelidado por Youtube Music. Este serviço funciona de forma diferente, pagando aos artistas um valor mais alto. Curiosamente, um dos serviços que permitem ao artista uma melhor remuneração é o Napster.

O pagamento de royalties torna-se um tópico complexo, visto que os contratos de licenciamento entre editoras e serviços de *streaming* obrigam a um adiantamento. Este adiantamento por parte dos serviços de *streaming* funciona da mesma maneira que os contratos entre artistas e editoras. Até o adiantamento ser recuperado, os serviços de *streaming* não têm que pagar nenhum montante, deixando os artistas confusos sobre o quanto têm para receber.

Por outro lado, não é possível calcular um valor fixo por *stream* dado que, apesar de um artista poder chegar a vários países, as receitas provenientes de cada país são diferentes. Isto deve-se ao facto de o preço não ser o mesmo em todos os locais.

Relativamente aos direitos de autor de *streaming*, devemos compreender que estes estão divididos em direitos mecânicos, correspondentes aos direitos de reprodução, e em direitos de performance pública. Empresas de *streaming* interativo como o Spotify têm que pagar estes dois tipos de royalties aos autores. Contudo, no caso do serviço da Pandora, esta plataforma não paga o direito de performance pública. Isto deve-se ao facto de a Pandora não nos possibilitar ouvir uma música em específico ou ouvir uma música a partir do início novamente. Por esta razão, é considerado *streaming* não interativo. Existem ainda alguns serviços que funcionam com um modelo híbrido.

Refletindo sobre a relevância destas plataformas para um artista, é importante salientar que a menos que o artista já tenha uma grande audiência, a remuneração proveniente destes serviços não é considerável. Posto isto, não deixa de ser importante a inclusão neste tipo de plataformas, especialmente para artistas em início de carreira. Estas permitem uma melhor comunicação com o público e permitem construir uma audiência mais rápido.

Por fim, para um músico que não deseje ter um contrato com uma editora, existem distribuidores independentes que podem realizar a distribuição em todas as plataformas online. Uma vez que uma editora retém uma grande percentagem dos direitos de *streaming*, distribuidoras como CD Baby ou Tunecore permitem ao artista receber 90% dos royalties que lhe são destinados.

5.3 Managers e Agentes

Muitos artistas (de música clássica e jazz) desejam ter a oportunidade de ter um *manager* ou agente, acreditando que o facto de terem um *manager* irá conduzi-los para uma carreira musical de sucesso. Infelizmente, a realidade é que existem poucos *managers* em relação à quantidade de músicos talentosos, devido ao facto de as preferências musicais dos consumidores terem vindo a alterar-se, reduzindo as oportunidades para performance e diminuindo conseqüentemente o mercado (Beeching, A. 2015).

Embora um *manager* num contexto de música comercial tenha diferentes funções de um agente, iremos assumir que a principal função de um *manager*/agente tanto na música clássica como no jazz é de marcar concertos e negociar contratos com as entidades em questão. Desta forma um bom *manager* é uma pessoa que ao longo da sua carreira tem vindo a construir relações com as entidades responsáveis por organizarem concertos e festivais.

Um *manager* normalmente cobra 10 a 20% das receitas dos concertos (Passman, D. 2015), podendo receber mais se os *cachets* não forem significativos. Posto isto, um *manager* apenas aceitará representar um músico se for previsível que consiga suportar os seus custos através das comissões que recebe. Do ponto de vista do artista, as comissões que são exigidas podem reduzir significativamente as receitas de uma das

suas principais fontes de rendimento. Outro aspeto que não torna esta decisão difícil prende-se com o facto de normalmente serem exigidos contratos de 2 ou 3 anos, em que o *manager* tem exclusividade para poder marcar concertos do seu artista numa determinada área geográfica. Este é um fator que pode tornar prejudicial a carreira do artista, pois em muitos casos a quantidade de concertos não compensa a exclusividade. Desta forma, um *manager* é ideal para artistas reconhecidos já com bastantes concertos, e com uma grande audiência. Algumas das maiores agências internacionais de agenciamento de música clássica são CAMI Musi, IMG Artists e Colbert Artists. Em Portugal, a quantidade de *managers*/agentes para música clássica e jazz é muito reduzida.

Para quem idealiza construir o seu projeto performativo, deverá construir primeiro o seu projeto, a sua audiência, a sua reputação e adquirir atenção por parte dos *media*. Posteriormente, algumas alternativas ao *manager* tradicional consistem em delegar todas as tarefas relacionadas com agenciamento a um músico da banda ou mesmo a outro músico que conheça a indústria. De acordo com Beeching, A. (2015), outra das possibilidades consiste em colaborar com outros músicos ou ensembles para o agenciamento de concertos.

Entre os vários tópicos que devem ser discutidos, existe um conceito especialmente importante em agenciamento, que consiste em começar a construir um projeto localmente, concentrando todos os nossos esforços num local geográfico (Cutler, D. 2010). Este conceito auxilia na construção de uma reputação, facilitando a marcação de concertos e no marketing *worth-of-mouth*.²⁶

Não nos devemos esquecer que a marcação de concertos não impossibilita incorporarmos *masterclasses* ou outros programas educativos entre concertos. Deve ser ainda discutido como devemos redigir uma proposta para um concerto, ou como podemos encontrar locais para concertos. Algumas das formas são: pedir referências a outros músicos ou *fans*, pesquisas na internet, pesquisar em revistas de música ou em boletins informativos de cada concelho. Por fim, o mais importante e muitas vezes negligenciado, é a capacidade de darmos um bom espetáculo e mantermos o diálogo com as pessoas responsáveis dos locais onde tivemos concertos anteriormente (Cutler,

²⁶ *Worth-of-mouth* é uma forma de marketing, que consiste na transmissão de uma mensagem passapalavra ou boca-a-boca.

D. 2010).

5.4 Direitos de Autor

Os direitos de autor em Portugal são geridos por uma cooperativa de responsabilidade limitada, apelidada por SPA, Sociedade Portuguesa de Autores. Esta instituição teve as suas origens em 1925, detendo várias funções como autorizar a utilização das obras dos titulares de direitos de autor, fixar as condições dessa utilização, cobrar e distribuir os montantes cobrados. Os direitos de autor pertencem aos compositores da música e da letra, enquanto os direitos de artista (GDA) dizem respeito aos artistas que interpretam as obras. A SPA não gere apenas os direitos autorais dos músicos mas sim de todas as disciplinas literárias e artísticas. No sentido de compreender alguns dados que não se encontram disponíveis nos meios de comunicação da instituição, foi feita uma pequena entrevista.

Para que uma obra possa ser protegida necessita de ser original, contudo não é necessário registo, depósito ou qualquer outra formalidade. Devemos compreender que registo e declaração são processos distintos. O registo de uma obra original é feito na Inspeção Geral das Atividades Culturais, e a declaração é realizada na SPA. A declaração de uma obra permite a integração na base de dados da SPA e destina-se a permitir uma gestão correta dos direitos de autor.

A partir do momento que uma obra está registada e declarada, o autor detém certos direitos de exclusividade sobre essa obra. A SPA refere que “a utilização poderá fazer-se independentemente da autorização do autor, apenas nas obras que tenham sido previamente divulgadas e desde que seja utilizada sem fim lucrativo e em privado, num meio familiar”.

Para um músico que pretenda lançar um disco deve ser requisitada uma licença na SPA. Esta irá regularizar todos os direitos de autor do CD. A compreensão sobre como esta instituição funciona é especialmente importante para músicos que compõem ou fazem arranjos musicais. Para quem deseja fazer um arranjo deve compreender que:

“Qualquer utilização de uma obra protegida que descaracterize a original na sua melodia, letra ou estilo - carece da autorização prévia do seu autor ou do organismo que legalmente o representa, que é livre de autorizar, ou não, e estabelecer as

condições específicas para cada utilização. Caso o pedido seja autorizado pelo seu detentor de direitos e as condições aceites, o arranjo passará a constar da nossa base de dados. Quanto aos direitos que este novo arranjo possa vir a gerar, só serão creditados a favor do arranjador se o titular de direitos da obra ceder alguma percentagem a favor do arranjo.” (SPA, 2020)

Para finalizar, a remuneração do autor é proveniente de vários segmentos. Estas componentes incluem sempre que alguém pede uma licença para utilização da nossa obra, seja para edição em formato físico ou para a performance da mesma. Neste último caso o produtor do espetáculo deve referir sempre as obras executadas e pagar o devido montante. Outras componentes incluem sempre que exista uma venda, sincronização ou licença de utilização de uma obra original, seja para um estabelecimento comercial, empresa de comunicação ou serviço online de *streaming*.

5.5 Direitos de Artista

Os direitos dos artistas em Portugal são geridos por uma instituição apelidada de GDA – Gestão dos Direitos dos Artistas. Devido a possíveis diferenças na gestão destes direitos em relação a outros países, foi feita uma entrevista ao diretor geral desta instituição, Pedro Oliveira. A GDA é assim responsável pela cobrança e distribuição dos direitos clássicos, ou seja,

“...direitos de comunicação pública, que englobam os direitos de execução pública; tudo o que tenha a ver com cafés, restaurantes, bares, discotecas, etc... Os restantes direitos de comunicação pública consistem em tudo o que tenha a ver com radiodifusão, ou seja televisão, rádio, etc....

Depois existe a cobrança da copa privada que consiste num direito que é distribuído aos artistas sempre que é efetuada uma compra de um dispositivo de armazenamento que permita guardar imagem ou som. Existe ainda um direito em que a GDA cobra diretamente às grandes empresas de comunicações como a NOS e a MEO.” (Pedro Oliveira 2020)

Descrevendo um pouco o processo de licenciamento de música nos bares, restaurantes, discotecas e outras, é importante referir que os valores para este licenciamento são estabelecidos pela própria GDA. Este processo é realizado através da PassMúsica. A PassMúsica não existe efetivamente, sendo na verdade uma marca (criada para fins administrativos). A cobrança dos direitos provenientes dos bares, restaurantes e discotecas é feita pela Audiogest – Entidade dos produtores de discos.

Por sua vez metade dos direitos recolhidos pela Audiogest são entregues aos artistas. Por fim, o preço das licenças depende da lotação do local e do tipo de espaço. No caso de a música ser essencial para o tipo de espaço em questão, como é o caso das discotecas, o preço é mais elevado.

No que respeita a direitos de *streaming*, a GDA não cobra estes direitos devido a serem direitos de gestão individual e não de gestão coletiva, estando a sua cobrança neste momento a cargo das editoras. Pedro Oliveira revela, no entanto, que a GDA encontra-se a efetuar esforços para que recebam algum tipo de direitos diretamente. Isto deve-se principalmente ao facto de os músicos executantes, ou seja, “músicos de sessão”, não terem contratos com as editoras. Torna-se assim impossível receberem os seus dividendos. Apesar de não ser uma regra que se aplique em todos os casos, a normal divisão dos direitos obtidos entre intérpretes e executantes é de 60%/40% respetivamente. É ainda importante referir que a GDA tem acórdãos de reciprocidade com os representantes estrangeiros dos direitos dos artistas, para que seja transferido o montante nos países estrangeiros que pertencem aos artistas portugueses e vice-versa.

O apuramento dos valores que pertence a cada um dos artistas portugueses é também algo importante. Pedro Oliveira refere que:

“É impossível nós sabermos em milhares de sítios que música está a passar, nomeadamente por razões financeiras. Apesar disto, estamos a realizar um programa piloto, o primeiro na Europa, que consiste na instalação em alguns sítios de umas caixas negras que guarda toda a informação sobre as músicas que foram reproduzidas. Contudo, é impossível fazer isto com exatidão. Posto isto, juntamos a informação dos tops de vendas físicas e digitais e monitorizamos em tempo real 18 rádios e as televisões. Com a combinação de todos estes dados é apurada a parte dos direitos que corresponde a cada artista.” (Pedro Oliveira 2020)

Para finalizar, a GDA não é apenas conhecida pela cobrança e gestão dos direitos dos artistas, mas também por ser uma instituição com diversos programas e bolsas de apoio aos músicos. Pedro Oliveira descreve estas ações desta forma:

“Existe uma lei que diz que de todos os direitos cobrados, 5%, no mínimo, deste montante, tem que ir para fins culturais e sociais. A partir disto, criou-se uma entidade com

autonomia administrativa e gestão autónoma, a Fundação GDA, para gerir este fundo. A Fundação está dividida em duas partes. A parte social que consiste em todo o acompanhamento médico para qualquer colaborador da GDA, protocolos que permitem obter descontos com certas empresas e médicos de especialidade, acompanhamento jurídico e outras componentes sociais. A parte cultural é a segunda componente, que podemos dividir em três grandes vetores. Um deles consiste no apoio a espetáculos, tanto de bailado como de teatro e música. Temos também outro programa para apoiar a edição musical. Temos ainda um programa ligado à formação, com o objetivo de ensinarmos aos novos artistas questões ligadas aos fundos europeus e aos direitos musicais.”²⁷ (Pedro Oliveira 2020)

Para acompanhar as ações de formação que acontecem ao longo do ano, basta estar atento ao site da instituição. Existe ainda o estatuto profissional do artista, documento que pode auxiliar em muita questões ligadas ao regime laboral e fiscal.

²⁷ Existem ainda outros apoios tanto a nível social como a nível cultural que não se encontram referidos anteriormente. Contudo, apenas com estes dados podemos verificar que a nossa inscrição como colaboradores da GDA é algo que nos pode trazer bastantes benefícios. Para mais informações sobre a inscrição, consultar: <https://www.gda.pt/pt/costrar-e-distribuir/inscricao>

6. Marketing

6.1 Promoção

Muitas vezes, enquanto artistas, não damos a devida atenção às atividades que estão relacionadas com a promoção, por falta de tempo ou por falta de conhecimento sobre como o devemos fazer de uma maneira eficiente. Alguns dos canais que podemos utilizar para promoção e que devem ser expostos numa aula de desenvolvimento de carreira são: redes sociais (Facebook, Instagram, Youtube), empresas de relações públicas, *blogs*, SEM, SEO e marketing através do uso do email. Estes são apenas alguns dos muitos meios disponíveis para a promoção de qualquer projeto.

Para o sucesso de uma campanha de marketing é fundamental encontrarmos um veículo de promoção que permita interagirmos com o nosso público-alvo a um baixo custo, tornando a campanha sustentável. De acordo com David Cutler (2015), em primeiro lugar devemos compreender quem é o público que devemos atingir de forma a aumentarmos a eficácia dos nossos esforços. No caso de um projeto educativo para quem devemos direcionar os nossos esforços? Se tivermos um ensemble de jazz com influências de música rock, quem será o tipo de audiência mais provável de interagir com o nosso projeto? Será efetivamente a comunidade de jazz ou de rock?

Em segundo lugar, devemos refletir sobre qual é a via mais apropriada para atingirmos o nosso público-alvo. Desta forma devemos testar todos os métodos utilizando o mínimo de recursos, avaliar qual é a via que nos permite um alcance mais eficiente e direto ao nosso público-alvo, e de seguida otimizar apenas esse canal escolhido. Por vezes, o canal que nos oferece melhores resultados é o menos utilizado no nosso campo, como é exemplo o caso de muitos artistas que foram descobertos devido à sua atividade prematura no início de redes sociais que ainda estavam a dar os primeiros passos.

Para gerir esta atividade, necessitamos de certas métricas que nos permitem avaliar se devemos ou não prosseguir com determinada ação promocional. Como exemplo destas métricas temos o número de seguidores e a percentagem mensal de crescimento da nossa audiência. Esta última métrica permite-nos prever os resultados que iremos alcançar dentro de determinado período ou ajustar o tipo de conteúdo que

colocamos para melhores resultados²⁸. É comum vermos artistas que iniciam esforços no que toca à produção de vídeos nas redes sociais, contudo, devido à ausência de métricas aplicadas nos seus vídeos que avaliem a sua evolução e que mostrem que resultados podem esperar no futuro, estes artistas deixam muitas vezes de realizar esforços neste sentido²⁹.

As métricas devem ser selecionadas com base nos objetivos de cada campanha. Será o nosso objetivo vender um determinado CD (promoção com objetivo de venda) ou será criar consciencialização da existência do nosso projeto (*awareness* é a palavra em inglês que nos define este conceito).

Outro elemento a ponderar deve ser o momento em que a promoção deve ser realizada. Desta maneira, a promoção para determinado concerto não deve ser feita apenas no dia anterior nem com demasiada antecedência. De acordo com Cutler, D. (2015), devemos ainda considerar que muitas vezes escolhemos ouvir um determinado artista depois de o termos visto várias vezes em várias vias de marketing. O autor refere ainda um princípio da disciplina de marketing, que diz que só começamos a tomar atenção e a realizar alguma ação perante uma mensagem à sétima vez.

6.2 Branding

Branding é um dos conceitos mais utilizados no marketing, e aborda o processo de clarificar a identidade, missão e reputação de qualquer projeto (Beeching, A. 2010). Atualmente devido à grande diversidade e quantidade de artistas, torna-se difícil distinguirmo-nos no mercado e com um projeto relevante. *Branding* é assim o processo que estabelece na mente da nossa audiência "...uma mensagem ou imagem relevante ao consumidor. Trata-se de estabelecer a nossa marca como algo único e diferente de todas as outras marcas existentes" (Devlin, J. 2015).

Este processo é algo especialmente importante nos dias de hoje, em que os contratos das editoras discográficas (contratos 360º) incluem a retenção de uma percentagem das receitas de todos os produtos que digam respeito à marca do artista, ou

²⁸ Outras métricas que podem ser utilizadas para comparar e avaliar ações de promoção nas redes sociais são *Worth of Mouth Net* ou *WOM* (número de clicks diretos + número de clicks provenientes de partilhas/número de clicks diretos) e *Audience Growth Rate* (novos seguidores/audiência total x 100).

²⁹ Para mais informações sobre este tópico, consultar o livro Weinberg, G. & Mares, J. (2015) *Traction: How Any Startup Can Achieve Explosive Customer Growth*; Penguin

seja, todos os produtos de *merchandise*. Outra questão que salienta o valor deste processo prende-se com o facto de que algumas marcas hoje patrocinam certos artistas. Este tipo de financiamento apenas está disponível aos artistas que tiverem uma mensagem, valores e o mesmo tipo de audiência que a marca em questão.

Para que possamos criar uma marca que possa por si sobressair, devemos começar por analisar os nossos pontos fortes e qualidades que nos distinguem dos restantes artistas (Usherwood, J. 2015). É importante compreender que durante este processo contínuo deve ser analisado todas as componentes do artista, tais como: os valores e missão do artista, a maneira como se veste ou que tipo de repertório costuma tocar (Beeching, A. 2010). A escolha de um nome artístico ou nome para um ensemble é um momento em que é fundamental deter clareza no que respeita à mensagem que se quer transmitir. Qualquer material promocional deve ser assim consistente com a nossa marca.

Por fim um dos maiores erros neste processo resulta de uma tentativa de tentar ser tudo para todos. É necessário tomarmos consciência do que representa a nossa marca e da mensagem que queremos que a mesma transmita, para não cair no erro de tornarmos a nossa mensagem confusa e complexa. De uma forma geral, *branding* é o processo de enviar mensagens claras, constantes e coerentes (Beeching, A. 2010).

6.3 Redes sociais

Muito se tem falado sobre a importância das redes sociais nos dias de hoje, especialmente para os artistas. As redes sociais permitem-nos comunicar frequentemente e facilitam a interação com o nosso público. As redes sociais já foram responsáveis pela construção de muitas carreiras no mundo musical. Este fenómeno acontece com mais facilidade quando uma plataforma ainda não está verdadeiramente estabelecida. Desta forma, o artista consegue aproveitar o desconhecimento desta plataforma, para se estabelecer como autoridade no seu estilo musical. Youtube, Instagram, LinkedIn e Facebook são algumas destas plataformas.

Atualmente existem plataformas que nos possibilitam publicarmos uma publicação e ao mesmo tempo esta ser inserida em todas as plataformas que desejarmos. Alguns destes serviços são Posterous, Atomkeep e Ping.fm. De relembrar que o objetivo

destas plataformas é criarmos uma comunidade à volta do nosso projeto, e para isso, temos que refletir se o que publicamos retrata de maneira fiel a imagem que queremos passar da nossa marca. Com isto, não temos apenas que publicar datas de concertos ou música que queiramos promover, mas podemos e devemos comunicar a história de cada projeto, os seus valores e missão.

Devemos ainda considerar que existem características diferentes de plataforma para plataforma, o Instagram é uma rede social para a partilha de vídeos e fotos e o Youtube a melhor plataforma para o lançamento de videoclips. Por fim existe a ideia de que as redes sociais são a chave para o lançamento de sucesso de um artista, através de vídeos/conteúdo viral. Embora existam certos casos de artistas que foram alvo deste fenómeno, não nos devemos basear no pressuposto que nos irá acontecer a mesma coisa. Efetivamente existem certos elementos que poderemos ter em conta para uma maior probabilidade de o nosso conteúdo tornar-se viral.³⁰

6.4 Biografia

Biografias são peças de marketing utilizadas para programas de concertos, *websites* e concursos. O desafio em escrever este tipo de textos consiste no objetivo de não serem textos cronológicos descrevendo tudo o que o músico fez até ao momento, mas sim de descreverem o que torna especial ou diferente o músico em questão. Devem conter informação sobre o seu background, mas não com o intuito de descreverem o seu percurso por completo. Como existem várias finalidades para as biografias, o músico deve ter biografias com diferentes tamanhos e sempre escritas de acordo com o público que as vai ler.

6.5 Curriculum Vitae / Resume

Na inscrição para qualquer trabalho é necessário entregar um currículo. Devemos saber fazer a distinção entre *resume* e um *curriculum vitae*. O primeiro destaca-se por ter toda a informação de uma forma condensada, normalmente 1 a 2 páginas, enquanto o *curriculum vitae* é mais extenso, é visto como uma biografia

³⁰ Estes elementos são descritos num livro de um dos mais conceituados autores desta área, Berger, J. (2013) *Contagious : Why things catch on* New York : Simon & Schuster. Para uma maior probabilidade de o nosso conteúdo devemos considerar os seguintes elementos: emoção, histórias, valor prático, social currency, triggers e por fim público (quando vemos pessoas a partilharem algo existe uma maior probabilidade que partilhemos também).

detalhada chegando a conter elementos como listas de reportório, publicações e até mesmo competências fora do âmbito musical (Devlin, J. 2015). Devemos assim despende algum tempo no processo que constitui a elaboração destes dois documentos. Segundo David Cutler (2010), alguns dos pontos que devemos ter em atenção são:

- Personalização. Um *currículo vitae/resume* deve conter elementos diferentes consoante seja para uma candidatura a professor ou para um agente de concertos.

- Aspectos únicos. Cada pessoa contém traços diferenciadores, pessoais ou profissionais, que devem ser evidenciados de forma a mostrar as vantagens em escolher a pessoa a que se refere.

- Organização. O documento deve apresentar os factos numa estrutura clara e concisa.

- Apresentar em primeiro lugar os elementos de maior relevo. Estudos feitos mostram que as pessoas responsáveis pelo recrutamento de qualquer profissional leem os currículos em menos de 10 segundos (Cutler, D. 2010). Assim, devemos sempre colocar a informação de maior relevo em primeiro lugar.

6.6 Demo

Demos são gravações de áudio e/ou vídeo que são distribuídas gratuitamente e que servem como material promocional. Estas peças de marketing podem servir para vários fins, como por exemplo concursos, audições, editoras discográficas, conteúdo para redes sociais, concursos de emprego, entre outros (Cutler, D. 2010). No caso de ser um demo com vídeo, apesar de hoje em dia ser possível fazer um a custo baixo (uma câmara de um telemóvel é o suficiente muitas vezes), a maior parte dos vídeos que assistimos nos dias de hoje é de muito boa qualidade. Desta forma, devemos saber que programas podemos utilizar para fazermos edição de áudio ou vídeo, e algumas noções básicas dos programas correspondentes.

6.7 Websites

Nos dias de hoje existem ferramentas que permitem facilmente e, com um custo verdadeiramente baixo para qualquer um, criar o seu site pessoal. Ferramentas como o Wix ou o Square Space permitem, a partir de um preço como 20 euros por ano, a

construção do mesmo a partir de *templates*. O músico deve adquirir o seu domínio (URL) e decidir qual será o servidor que irá suportar o seu website. O servidor é identificado pelo endereço IP.

Sobre a construção do próprio *website*, deverá ser ponderado a finalidade do mesmo para que possamos determinar se temos que contratar alguém para a construção ou se o podemos fazer nós mesmos. Será o objetivo trazer pessoas para um concerto, contratar o músico para aulas, ou apenas servir como portefólio? Para alguns dos objetivos é também importante conhecer a existência de *Search Engine Optimization* (SEO – otimização para os motores de pesquisa) e *Search Engine Marketing* (SEM – colocação em destaque de sites no topo das páginas de pesquisa). É importante ainda dar a resposta a outras perguntas como:

- Qual é o elemento que irá produzir o objetivo desejado? A utilização de *mailing lists*, a possibilidade de comprar o CD do artista no site ou de um bilhete para um espetáculo são aspetos a ter em conta.

- Que questões irão ter os visitantes? Prever questões e providenciar as respostas.

- O que irá trazer novos visitantes? Nos dias de hoje, a utilização dos *blogs* como ferramenta de marketing é enorme, devido à possibilidade de inserirmos artigos de relevo para a nossa comunidade. Estes artigos irão não só trazer mais-valias aos visitantes mas também ao artista na forma de visibilidade.

6.8 A arte de desenvolver audiências

Como referido anteriormente, existe um ideal presente no meio das artes que tenta transmitir que a arte vale por si mesma. Este ideal leva-nos a pensar que não devemos refletir sobre como devemos desenvolver o nosso público, pois estaríamos a pôr em risco a nossa autenticidade. Porém, este pensamento é errado na medida em que, se refletirmos na carreira de Joseph Haydn (1732-1809), a sua carreira apenas foi possível devido ao patronato do príncipe Esterházy. Haydn era assim um funcionário da corte do príncipe. Nessa época, a música erudita não era um produto de massas, estando apenas disponível para os nobres ricos e influentes. (Ogden, J., Ogden, D. & Karl, L. 2011).

Nos dias de hoje, não é possível financiarmos os nossos projetos culturais a partir de uma só fonte. Desta forma, no livro de Donald Passman (2015) é nos mencionado que sempre que um músico realiza um concerto, deve tentar criar uma lista com os dados pessoais do público. Esta lista, apesar de parecer uma tarefa que nos pode consumir muito tempo, já permitiu a artistas continuarem os seus projetos musicais depois de as suas editoras terem cancelado os seus contratos. Existem diversas formas de concretizar isto. Permitir aos ouvintes num concerto poderem escolher um “*encore*”, escrevendo em mensagem o nome da obra na página do artista, é uma das maneiras mais eficazes de realizar esta tarefa. Outras formas de constituir uma lista com a nossa audiência compreendem a oferta de pins em troca do email ou mesmo a oferta de uma música. Existem alguns serviços que permitem a facilitação desta tarefa como o FanBridge ou o Cash Music.

Devemos pensar numa lista do público como a nossa equipa que nos pode auxiliar em todas as atividades do nosso projeto. A criação de um grupo (por exemplo no Facebook) com as pessoas mais envolvidas no nosso projeto permite-nos pedir feedback dos nossos concertos, pedir ajuda na partilha e promoção de material que tenhamos produzido com esse efeito, apoio na marcação de concertos, entre outras coisas.

Um dos outros pontos que devem ser referidos tem a ver com a obrigação que colocamos nos ouvintes no que toca á percepção de todos os elementos presentes na música. Angela Beeching (2010) refere que “the fundamental listening skills musicians take for granted, such as hearing melody distinct from accompaniment, and distinguishing instrumental timbres, changes in tone color, tonalities, tempo, and contrasting themes— these are all skills that people learn.” Desta forma, devemos informar o público sobre quais os elementos que devem estar atentos durante a performance de uma peça, tocando o motivo que se desenvolve durante uma obra, procurando educar o público no que diz respeito aos elementos que tornam a música que está a ser tocada, num estilo musical único e interessante. Assim, estaremos a contribuir para uma audição mais atenta e compreensiva.

Existem ainda muitos outros elementos que devem ser abordados no processo de desenvolver audiências tais como as nossas capacidades de falar publicamente e todos os elementos visuais que devem ser preparados e não negligenciados. Vemos muitas

vezes nos concertos de jazz, artistas reconhecidos vestidos com roupa pouco própria para concertos, que usada de uma maneira inconsciente, pode enviar ao público uma mensagem que não corresponde ao que o artista deseja. O mesmo diz respeito ao facto de que, muitas vezes, artistas evitam falar com o seu público. Isto é fundamental, pois cria uma ligação com o público e transmite respeito para com este, na medida em que a presença do público é apreciada e desejada.

Por último, podemos observar a importância deste tópico numa das teorias de Kevin Kelly, defendida por dois dos mais reconhecidos autores de marketing, Seth Godin e Tim Ferriss. Segundo estes autores um artista necessita de criar uma rede de apoiantes que contribuam monetariamente todos os anos. Esta contribuição pode ser feita através da compra de um CD ou de um espetáculo. Para este propósito existem algumas plataformas que facilitam este processo como é o caso do *website* Patreon. Tendo esta teoria origem nos Estados Unidos, os seus valores não refletem a realidade portuguesa. Contudo, ajustando estes números para um cenário razoável em Portugal³¹, um artista necessitaria de 500 *fans*, ganhando de cada um destes 25 euros anuais (um rendimento anual de 12 mil e 500 euros). Para isto acontecer não precisamos de desenvolver uma audiência de milhares ou milhões. O que precisamos é de desenvolver uma identidade musical que seja realmente o que estas 500 pessoas pretendem, tornando a nossa audiência em “super *fans*”³².

³¹ Os números reais desta teoria compreendem 1000 *fans* com um gasto anual de 100 dólares.

³² Este conceito foi popularizado no livro de Seth Godin – Tribes.

7. Financiamento

Para o tópic sobre financiamento foi realizada uma entrevista com o fundador da Orquestra de Jazz de Matosinhos, Pedro Guedes. Este caso de estudo é um exemplo importante de alguns tipos de financiamento disponíveis para um projeto musical. Tentar compreender as estruturas que dão suporte a qualquer projeto musical torna-se uma tarefa valiosa, visto que cada projeto usa diferentes fontes de financiamento. A OJM é um dos projetos culturais com mais sucesso no país, contando já com mais de 20 anos de promoção do jazz, trazendo a Portugal nomes ressonantes no panorama mundial do mundo jazzístico. Pedro Guedes conta que:

“Nós começámos a tocar no Heritage Café porque eu tinha proposto ao dono do café começar a tocar músicas originais minhas de 15 em 15 dias. Foi assim que começou, apesar de, passado pouco tempo, o dono chegar à conclusão que não tinha capacidade para apoiar o projeto e, então, o que aconteceu foi que arranámos financiamento da Câmara Municipal de Matosinhos. O mais importante é mostrar trabalho em primeiro lugar, de forma a mostrar credibilidade e, depois procurar financiamento através dos apoios estando organizados nalguma forma jurídica.” (Pedro Guedes 2020)

Desta forma, é importante em primeiro lugar mostrar trabalho. Posteriormente, apesar de este processo poder ser feito logo no início do projeto, é importante organizarmo-lo em torno de uma forma jurídica, como por exemplo uma associação sem fins lucrativos ou como empresa. A maior parte dos apoios são direcionados para determinadas formas jurídicas.

As organizações de arte normalmente não conseguem subsistir apenas das suas próprias receitas. No caso da OJM, Pedro Guedes relata que:

“...no fundo, a orquestra é financiada pela Direção Geral das Artes, pelo Estado através da autarquia municipal. Temos apoios da La Caixa e da APDAL (mecenato privado) e depois temos ainda as receitas próprias, da venda dos concertos. E é com isto tudo que se constrói o bolo. Ou seja, o nosso financiamento é constituído por cerca de 2/3 de apoios e 1/3 de receitas próprias.” (Pedro Guedes, 2020)

Um dos modelos que pode trazer benefícios é o modelo de subscrição, o que permite uma melhor gestão das atividades para o resto do ano e incentiva a uma atitude

mais leal para com a organização.

Em termos de apoios, existem várias entidades responsáveis pelo apoio à cultura, como a GDA, a Direção Geral das Artes e câmaras municipais. Outra das fontes disponíveis são os fundos europeus. Sobre este tema Pedro Guedes expõe que:

“Quanto aos fundos europeus, nós já fomos apoiados aqui em Portugal para fazer o Jazz Composers Forum, em que convidámos 4 compositores europeus e 4 compositores americanos. Contudo, para podermos tirar de muitos destes programas, o processo tem uma lógica de parceria, ou seja, é necessário unir com mais uma ou duas instituições de arte, uma forma de trabalhar em conjunto e uma forma de financiamento. Tenho achado que é um pouco forçado, e por esta razão não considero benéfica a criação de relações artificiais.”³³

Uma das fontes de financiamento das organizações tem sido a recurso a empresas. Um dos problemas na procura de financiamento nas empresas consiste na realização incorreta nos pedidos. É necessário compreender porque é que estas deveriam apoiar a nossa organização, expondo os benefícios fiscais que estas podem ter e a compatibilidade (se existir) entre os dados demográficos da nossa audiência e os clientes de cada uma dessas empresas. Pedro Guedes mais uma vez refere:

“Outra forma de que estamos a tentar obter financiamento é através das empresas. Temos neste momento o apoio da La Caixa e da APADL. A La Caixa aprecia bastante o nosso programa educativo e o facto de andarmos em tour pelo interior é algo que se enquadra com os objetivos deles. Infelizmente em Portugal não existe tanto esta cultura de filantropia como existe nos Estados Unidos.” (Pedro Guedes, 2020)

Existem várias razões que servem de incentivo para que pessoas com posses e empresas deem doações a organizações de arte, como por exemplo benefícios fiscais, ajudarem a comunidade e ganharem influência nessa mesma comunidade. Uma proposta para financiamento deve conter a história da organização até à altura, os objetivos a serem cumpridos, os valores financeiros necessários para a realização do projeto e todos os passos a serem realizados de uma forma detalhada.

³¹ Para mais informações sobre este assunto consultar o site <https://www.europacriativa.eu/>. Existem ainda algumas pessoas especialistas nesta área. No caso da GDA, esta instituição tem um consultor apenas com o objetivo de ajudar projetos de artistas a obter financiamento de fundos europeus.

Muitas pessoas fazem doações em troca de certo tipo de incentivos como por exemplo, obterem uma cópia do CD antes do seu lançamento, parafernália autografada, bilhetes VIP, concertos privados ou peças dedicadas aos patronos. Podemos observar este caso numa entrevista de Bruno Santos, diretor pedagógico do HCP, onde este referiu a possibilidade de, em troca de apoios, a escola poder atribuir a uma sala o nome do respetivo mecenas.

Não nos devemos limitar a contribuições em numerário, visto que muitas contribuições podem ser em forma de espaço para performances, transporte grátis, doação de instrumentos ou oferta de alimentação entre tours. Devemos ainda estar abertos a troca de serviços como por exemplo a nossa associação cultural realizar a componente musical de algum evento numa determinada revista de música, em troca de publicidade durante um período previamente estabelecido.

Caso um artista não possua os requerimentos legais para aplicação a um determinado prémio/subsídio, este pode realizar uma colaboração com uma associação que possa realizar a candidatura e, desta forma, juntar esforços. Individualmente, muitas vezes as organizações que representam um estilo musical costumam realizar concursos com prémios monetários para a realização de um projeto. Deve-se refletir sobre os posicionamentos possíveis que podemos utilizar na procura de financiamento. Na procura de financiamento para um tour de um programa educacional de música antiga, deveremos considerar todos os prémios referentes a música, artes, ensino, tours, educação e organizações religiosas (Cutler, D. 2010).

Um dos benefícios que as novas tecnologias trouxeram foi a possibilidade de qualquer artista lançar um projeto seu, sem necessidade de grandes capitais. Uma das ferramentas que hoje temos ao nosso dispor são as campanhas *crowdfunding*, que nos permitem financiar qualquer projeto através do público, oferecendo recompensas. Nos dias de hoje, existem plataformas de *crowdfunding* para todo o tipo de financiamento e com vários aspetos diferenciadores uns dos outros. A plataforma mais utilizada no meio artístico é a plataforma Kickstarter. Alguns aspetos a considerar na escolha da plataforma incluem:

- Qual é a audiência base de cada plataforma? Estará a audiência que queremos atingir nesta plataforma?

- Qual a percentagem que cobra pelos seus serviços?

- Se não atingirmos o nosso objetivo de financiamento, poderemos reter todo o montante que até ao final foi conseguido?

Um dos aspetos que muitos artistas se esquecem no lançamento da sua campanha é a parte da promoção. A campanha deve ter por trás um plano de marketing, que não precisa necessariamente de envolver custos financeiros. Uma das técnicas que poderemos utilizar é pedirmos a artistas influentes do nosso espaço para nos ajudarem nos nossos esforços de promoção.

8. Noções Básicas de Contabilidade

Um dos campos onde existe uma forte necessidade de clarificação reside no âmbito da contabilidade. O desconhecimento das leis fiscais e do seu funcionamento torna-se uma situação complicada para muitos artistas que não tendo um contrato de trabalho, necessitam de passar faturas/recibos quando realizam concertos ao longo do ano, assim como para um músico que deseje criar um projeto educativo ou de performance.

Para este capítulo foi realizada uma entrevista com Rui Galveias, membro da associação Toca das Artes e do Sindicato dos Trabalhadores de Espetáculo, do Audiovisual e dos Músicos (CENA STE). Este sindicato resultou na fusão de dois sindicatos que existiam antes, e tal como a GDA, tem protocolos com várias instituições que permite aos seus sócios um desconto em diversos serviços/produtos.

Em primeiro lugar para um músico que precise de emitir uma fatura/recibo como algo esporádico, o músico pode optar por recorrer a um ato isolado sendo que este regime segundo Rui Galveias, só pode ser utilizado uma vez por ano. Desta forma, se realizarmos vários concertos para a mesma entidade, podemos esperar pelo final do ano para poder emitir um único ato isolado.

A entrevista incidiu sobre o trabalhador independente, ou seja, os recibos verdes, e os problemas que estes causam. Os recibos verdes permitem a emissão de recibos/faturas sem abrir empresa, mas exigem algumas obrigações como segurança social (apurada trimestralmente) e seguro de acidentes de trabalho. Segundo Rui Galveias:

“Os recibos verdes, hoje, permitem pagar as contribuições em função do que tu ganhas, não precisas de estar sempre a fechar e a abrir atividade, vais atualizando a cada trimestre. Isto pode ser mau, porque se ganhas 2 mil euros no primeiro trimestre e depois no segundo trimestre só 100 euros, não vais ter dinheiro para pagar a segurança social. Até um certo valor (10 mil euros) estás isento de IVA....Um dos problemas deste regime são os falsos recibos verdes, que permitem ao empregador não pagar as contribuições para a segurança social e outros custos, deixando estes encargos para o músico. Seria benéfico termos um sistema como em França, onde existem contratos de trabalho de um dia ou mesmo 2 horas.”

Dependendo da situação do músico em questão, a melhor opção pode ser efetivamente recorrer a uma instituição que ajuda os músicos nestes aspetos como a Toca das Artes ou a Pro Nobis . A Toca das Artes (associação sem fins lucrativos) permite aos músicos que não tenham rendimentos suficientes para estarem coletados, a emissão de faturas/recibos.

Existe ainda um tópico que costuma ser alvo de debate na comunidade dos artistas, que é o chamado artigo 9º que permite a isenção de alguns impostos, nomeadamente do IVA. Este artigo, contudo, deve ser discutido pois a isenção não se aplica a todos os trabalhos que os músicos realizam. Para um músico poder recorrer a esta isenção num concerto, este deve ser efetuado a um promotor de espetáculos, não se aplicando a casamentos por exemplo. Dentro do artigo 9º, é importante os músicos lerem especialmente os pontos 9, 15 e 35³⁴.

Por fim, é importante conhecermos algumas formas jurídicas existentes e as suas principais implicações nos campos das associações e empresas, caso desejemos criar um projeto educativo ou qualquer outro tipo de projeto que assim o obrigue. É importante referir que caso não seja viável a criação de uma associação/empresa para certo tipo de apoios, é sempre possível obter colaborações de associações/empresas que já tenham a sua estrutura jurídica definida.

³⁴ Retirado do Site da Autoridade tributária e aduaneira, (2020, Abril 1).
http://info.portaldasfinancas.gov.pt/pt/informacao_fiscal/codigos_tributarios/civa_rep/Pages/iva9.aspx?fbclid=IwAR1_BhVM5kBhzHraTPWm1yuyB-53YUWn1ptKAj9YN6AhrqU9wTEBD4KMXG4

9. Gestão de Tempo

De acordo com Kelman, K. (2015), um dos maiores problemas que os músicos enfrentam incide sobre a falta ou incapacidade de gerir bem o tempo que têm disponível para todas as suas atividades. Visto que independentemente de todos os métodos utilizados a duração de um dia é de 24 horas, os processos que auxiliam na gestão do tempo recaem na realocação do tempo disponível nas tarefas certas (Beeching, A. 2010).

Desta forma, a gestão de tempo compreende uma reflexão sobre que tarefas são fundamentais para os nossos objetivos, procurando alcançar uma clareza sobre as intenções de cada atividade. É assim importante reconhecer atividades que não vão ao encontro dos nossos objetivos, não querendo desta forma eliminar atividades sociais.

Planear o dia seguinte é uma das tarefas mais importantes, pois este planeamento permite-nos eliminar momentos em que não sabemos o que devemos fazer ou que nos deixamos cair em procrastinação. Num planeamento semanal devemos preencher o nosso calendário com todas as tarefas que são indispensáveis e regulares, como por exemplo estudar o nosso instrumento, aulas ou emprego. Devemos determinar um período de tempo diário para todas as tarefas administrativas, como responder a emails, enviar propostas, etc...Este processo vai-nos permitir que não tenhamos distrações durante o dia que nos possam retirar a atenção das atividades que devíamos estar a realizar (Beeching, A. 2010). Por fim, projetos longos devem ser divididos em partes pequenas, e devem ser estabelecidos prazos para estes mesmos.

10. Networking

Segundo Beeching, A. (2010), um dos fatores que influencia a quantidade de oportunidades que cada músico tem ao longo do seu percurso profissional é o seu nível de competências interpessoais. Desta forma, não querendo afirmar que o nível de maturidade musical não é o principal fator no mercado de trabalho, a capacidade de *networking* de cada um, é certamente um dos agentes de criação de oportunidades (Cutler, D. 2010).

O problema da palavra *networking* resulta frequentemente do significado depreciativo que lhe atribuímos (Beeching, A. 2010). Esta palavra por vezes é vista como algo deplorável, nomeadamente quando consideramos este conceito como *quid pro quo*³⁵. Na realidade, *networking* compreende a elaboração de uma comunidade, composta por pessoas que respeitam cada um dos elementos, capazes de se ajudar com o seu conhecimento sem esperar nada em troca (Beeching, A. 2010).

Na elaboração de qualquer projeto, quando necessitamos de conhecimento sobre financiamento, marketing ou produção de vídeo, o conhecimento de pessoas nestas áreas prova ser algo bastante enriquecedor. Existem desta forma, alguns conceitos e métodos que nos permitem melhorar as nossas competências interpessoais.

Um dos métodos mais simples e eficazes no processo de *networking*, como relata Cutler, D. (2015), é conhecermos alguém através de um amigo em comum. Nos dias de hoje, as redes sociais facilitam este trabalho substancialmente, permitindo-nos ver se temos um amigo em comum para que possamos pedir a esse colega que nos apresente. O processo não acaba quando efetivamente conhecemos alguém novo, pois o objetivo deve ser o de nutrir relações. Posto isto, devemos organizar os nossos contactos de maneira eficiente e prática, para que possamos continuar em diálogo com a nossa comunidade, dando continuidade à mesma³⁶.

Devemos considerar também que todos os momentos de atividade musical são

³⁵ Expressão originária do latim, que significa “dar algo em troca de outra coisa”.

³⁶ Para mais informações sobre como podemos tornar este processo simples, consultar o livro Ferrazzi, K., & Raz, T. (2005). *Never eat alone and other secrets to success: one relationship at a time*. New York: Currency Doubleday. Neste livro é sugerida a criação de uma lista com um número de 1 a 3 que deve ser atribuído a cada um dos contactos, de acordo com o grau de proximidade ou necessidade de contacto recorrente. Cada contacto deve conter não só os elementos básicos como nome, email e contacto telefónico mas também outros elementos como histórias, interesses, datas de aniversário e outras informações.

oportunidades para efeitos de *networking*, como *Jam sessions*, conferências, festivais, concertos, assim como outras oportunidades que não estejam diretamente relacionadas com a nossa área. De salientar, que os concertos são das melhores oportunidades para construirmos relações com a nossa audiência, pois muitas vezes são os agentes que podem ajudar na impulsão de um projeto, com recomendações de locais para concertos ou na promoção de cada projeto. Por fim, um convite para uma performance ou a criação de uma *newsletter* são duas das práticas para um constante contacto com a nossa comunidade.

Conclusão Final

A realização do trabalho do Relatório de Estágio permitiu alcançar novos conhecimentos e perspectivas em vários campos com sucesso. Referindo em primeiro lugar a parte pedagógica, a análise, a reflexão e a aplicação de conceitos como a criatividade, o feedback e a aplicação de diferentes métodos para cada aluno permitiram uma evolução substancial dos processos pedagógicos. A oportunidade de assistir às aulas lecionadas pelos professores cooperantes permitiu fortalecer certos conhecimentos e adquirir novos métodos de ensino de determinados conteúdos. Para qualquer músico que deseje desenvolver as suas capacidades enquanto pedagogo, torna-se essencial dedicar atenção e tempo à aquisição de novos conhecimentos, assim como, a reflexão sobre as melhores metodologias para cada aluno.

Relativamente à parte da investigação, entende-se que o tema deve ser mais discutido no meio académico, devido à importância na carreira de um músico de cada um dos tópicos abordados previamente. A execução deste trabalho permitiu esclarecer quais os assuntos que necessitam de ser analisados com os alunos de música e seus respetivos conceitos. Devido às mudanças que têm ocorrido na indústria musical ao longo das últimas décadas, o interesse por esta disciplina tem vindo a crescer consideravelmente. Contudo, praticamente não existe orientação para as poucas ações de formação existentes e de como podemos adquirir a informação de que necessitamos. Este trabalho não deve assim ser aceite como um produto acabado, mas sim como algo que nos dê a estrutura para um maior desenvolvimento do tema, idealmente em universidades ou escolas profissionais.

Bibliografia

- Ake, D. (2003). Learning jazz, teaching jazz. In M. Cooke & D. Horn (Eds.), *The Cambridge Companion to Jazz* (Cambridge Companions to Music, pp. 253-269). Cambridge: Cambridge University Press. doi:10.1017/CCOL9780521663205.015
- Baskerville, D. & Baskerville, T. (2010). *Music business handbook and career guide*. Los Angeles: Sage Publications
- Beale, C. (2000). Jazz Education. In B. Kirchner (Eds.), *The Oxford Companion to Jazz* (pp.756-765). Oxford ; New York : Oxford University Press. ISBN: 019512510X, 9780195125108
- Beckman, G. (2005). The Entrepreneurship Curriculum for Music Students: Thoughts towards a Consensus. *College Music Symposium*, 45, 13-24. DOI: 10.2307/40374517
- Beckman, G. (2007)"'Adventuring' Arts Entrepreneurship Curricula in Higher Education: An Examination of Present Efforts, Obstacles and Best Practices." *Journal of Arts Management, Law & Society* 37, no. 2 88-111
- Beeching, A. (2010) *Beyond Talent: Creating a Successful Career In Music*. (2nd ed). New York: Oxford University Press
- Toscher, B. & Bjørnø, A. (2019) Music Students' Definitions, Evaluations, and Rationalizations of Entrepreneurship, *The Journal of Arts Management, Law, and Society*, 49:6, 389-412, DOI: 10.1080/10632921.2019.1646178
- Cutler, D. (2010). *The savvy musician: Building a career, earning a living & making a difference*. Pittsburgh, PA: Helius Press
- Devlin, J. (2015). An introductory course in music entrepreneurship. DOI: 10.13016/M2BW5M
- Ferrazzi, K., & Raz, T. (2005). *Never eat alone and other secrets to success: one relationship at a time*. New York: Currency Doubleday
- Friberg, A. & Sundström, A. Swing Ratios and Ensemble Timing in Jazz Performance: Evidence for a Common Rhythmic Pattern. *Music Perception* 1 March

2002; 19 (3): 333–349. doi: <https://doi.org/10.1525/mp.2002.19.3.333>

- Godin, S. (2008). *Tribes: We need you to lead us*. Little, Brown Book Group
- Kelman, K. (2015) An entrepreneurial music industry education in secondary schooling: The emerging professional learning model. *MEIEA Journal*, 15(1), pp. 147-173
- Miller, A., Dumford, A. & Johnson, W. R. (2017). Music alumni play a different tune: Reflections on acquired skills and career outcomes. *International Journal of Education & the Arts*, 18(29)
- Nytch, J. (2012). *The Aesthetic Product as Entrepreneurial Driver: An Arts Perspective on Entrepreneurial Innovation*
- Ogden, J., Ogden, D. & Karl, L. (2011). Music marketing: A history and landscape. *Journal of Retailing and Consumer Services* 18(2):120-125 DOI: 10.1016/j.jretconser.2010.12.002
- Passman, D. (2015). *All You Need to Know about the Music Business* (9^o ed.). Simon & Schuster
- Santos, I. (2016). *Music industry's business models in the digital era focused on indie artists : a study case*. Dissertação de Mestrado
- Thomson, K. (2013). Roles, Revenue, and Responsibilities: The Changing Nature of Being a Working Musician. *Work and Occupations*, 40(4), 514-525. DOI:10.1177/0730888413504208
- Usherwood, J. (2015) *Music Business and Entrepreneurship : A Graduate level course for performance students*
- White, J. (2013) *Barriers to recognizing arts entrepreneurship education as essential to professional arts training*. *Artivate: A journal of entrepreneurship of arts*
- Williamson, J. & Cloonan, M. (2007) Rethinking the music industry. *Popular Music*, 26(2), pp. 305-322. DOI:10.1017/S0261143007001262