A Internet e a Proliferação dos *Prosumers* – A Evolução dos Selos e Produtoras Independentes no Brasil[1]

Karina Moritzen Barbosa[2]

Universidade Federal do Rio Grande do Norte, UFRN

Resumo

A internet revolucionou a maneira de fazer, ouvir, e trabalhar com música. Este artigo mostra como a ferramenta é imprescindível na construção e eventual consagração da cena musical independente brasileira. Através da minha experiência como produtora cultural, trago exemplos de como Alvin Toffler (1980) previu o papel empreendedor que o consumidor assumiria. O artigo discute também a importância da internet na concretização de diversos eventos pelo país, e na divulgação dos novos artistas nacionais pelos selos independentes.

Palavras-chave: música; independente; internet; produção cultural.

Introdução

Em 2015, dei início a uma produtora independente em Natal/RN chamada Brasinha Produções. A Brasinha surgiu de uma frustração pessoal ao notar que determinados eventos alternativos ocorriam em várias capitais vizinhas nordestinas, como Recife e João Pessoa, e mesmo assim acabavam por não aportar em Natal.

Trabalhamos com diversos artistas que possuem um público específico ávido para assisti-los, conhecê-los, e apoiá-los. Dos gêneros mais populares entre nosso público podemos citar o Rock e a Nova MPB. No caso do último, para nossa surpresa, encontramos um nicho de mercado rentável esperando que algum produtor local o abraçasse. Pelos eventos da Brasinha já passaram grandes nomes como Apanhador Só (RS), Phill Veras (PI), e Rubel (RJ).

[1] Trabalho apresentado na Divisão Temática Comunicação Multimídia da Intercom Júnior – XIII Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

[2] Graduada em Comunicação Social – Publicidade e Propaganda pela UFRN: karina.moritzen@gmail.com

Desde então, tive contato com diversas bandas independentes que percorrem o Brasil mostrando seu trabalho. O que tenho visto é uma crescente onda de profissionalismo no *underground* - em tradução literal "o subsolo, aquilo que é subversivo e não se encontra na superfície". Em Natal, já tivemos contato com bandas independentes de Recife, Porto Alegre, Rio de Janeiro, e até da China.

As turnês muitas vezes são organizadas através de redes sociais como *Facebook* e *Twitter*, contando com a ajuda de fãs que, assim como eu, saíram da condição de meros expectadores para assumirem o papel de produtores. Esse panorama atual da música no Brasil mostra-se extremamente relevante e demonstra uma qualidade que se tornou possível através da facilidade de acesso à informação promovida pela internet.

Nos últimos anos, o desenvolvimento das tecnologias tem revolucionado a relação das pessoas com a música. Após passar por diversos tipos de mídia que marcaram eras – como o vinil, os CDs, e as fitas cassete - vivemos hoje a era da música digital e das plataformas de *streaming*[3].

Por fim, chegamos a um momento onde a inovação tecnológica permite que qualquer pessoa com acesso a um computador ou uma câmera de vídeo grave suas produções e as distribua na internet. Não é preciso passar por um processo caro como o de gravação em estúdio e de distribuição de CDs físicos: a tecnologia deu ao artista a possibilidade de autonomia sobre sua própria produção. Esse cenário gerou o que chamamos hoje de cena musical alternativa brasileira.

A proliferação dos *prosumers*

Em 1980, Alvin Toffler (1928-2016), cria o termo "*prosumer*", ou "prossumidor", em seu livro "A Terceira Onda", que viria a se tornar significativo para a cultura na atualidade. Na época, o autor se referia aos pequenos avanços da indústria que transferiam cada vez mais responsabilidade ao consumidor em detrimento das próprias empresas.

[3]Plataformas de *streaming* são empresas que disponibilizam um catálogo de músicas *online* em um serviço por assinatura, oferecendo uma versão paga e ilimitada, e uma grátis interrompida por anúncios publicitários. Entre as mais conhecidas do mercado podemos citar o *Spotify*, o *Deezer*, e o *Tidal*.

> O que nós vemos é um padrão que corta caminho em muitas indústrias - inclusive externalização, aumentando o envolvimento do consumidor em tarefas outrora feitas para ele por outros e mais uma vez, por conseguinte, ocorre a transferência da atividade (...) do setor de troca para o setor de prossumo (TOFFLER, 1980, p. 272).

É muito interessante perceber que Toffler criou o conceito do "*prosumer*" antes de perceber as mudanças acarretadas pela internet no dia a dia da sociedade, mais especificamente pelas redes sociais. Em 1980, ele previa um modelo de comércio em que o consumidor tinha total autonomia e direito sobre aquilo que iria consumir. Toffler nem sequer imaginava que, em alguns anos, o consumidor teria todas as informações sobre os produtos disponíveis no mercado e tudo aquilo que é necessário para que ele mesmo produza aquilo que deseja. Toffler não contava, por exemplo, com o fã que observa sua banda preferida à distância, desiste de esperar, e decide ele mesmo fazer o papel de produtor.

Como exemplo, podemos citar a banda mineira *Lupe de Lupe* que em 2015 realizou uma turnê chamada "Sem Sair na *Rolling Stone*" pelo país de carro, com *shows* organizados através das redes sociais com a ajuda de pequenos produtores, amigos e fãs. Este caso é muito interessante, pois ao final da turnê a banda divulgou na internet uma prestação de contas onde descreveu minuciosamente os custos e ganhos da viagem, onde perderam e ganharam dinheiro, o que é de valor imensurável para outras bandas que pretendem seguir o mesmo caminho.[4]

A turnê rendeu bons frutos e incentivou outros artistas a repetirem a experiência. Em fevereiro de 2016, a banda carioca *gorduratrans* realizou uma turnê de sete shows em seis cidades pelo Nordeste, contando apenas com a ajuda de amigos e fãs. A movimentação começou através de conversas no *Twitter*, e tornou-se uma possibilidade real graças aos esforços dessas pessoas.

[4]LUPE DE LUPE. Turnê "Sem Sair Na Rolling Stone" - A Prestação de Contas. (14 set. 2015). Disponível em:<http://www.lupedelupe.com.br/notiacutecias/turne-sem-sair-na-rolling-stone-a-prestacao-de-contas>. Acesso em: 05 nov. 2016.

> Nós somos absurdamente ligados à internet. Tanto na nossa vida pessoal, como na profissional, e enquanto banda também. Muitas das decisões que nós tomamos em relação à banda foram feitas na internet; a grande maioria do conteúdo musical que consumimos vem da internet; grande parte dos amigos que conhecemos pela banda não é da nossa cidade, então nosso contato com eles também é pela internet. E toda essa rede de contatos que hoje existe entre as bandas e selos do país inteiro só é possível graças à existência da internet. Hoje nosso disco pôde chegar ao ouvido de pessoas que moram tão longe da gente também graças à internet. Então posso dizer que nós somos dependentes da internet nesse aspecto", explica o guitarrista Felipe Aguiar (AGUIAR, 2016)[5].

O intercâmbio de bandas entre regiões do Brasil, algo que anteriormente seria muito difícil considerando o tamanho continental do país e os custos relacionados ao deslocamento de em média 4 integrantes por banda, tornou-se algo bastante comum. Em 2016, as bandas *Amandinho* (PE) e *Talude* (RN) realizaram turnês pelo Sudeste, enquanto bandas como *Ventre* (RJ), *Catavento* (RS), e *My Magical Glowing Lens*(ES) aproveitaram a passagem pelo *Festival DoSol* em Natal para estender-se por uma turnê pela região Nordeste. Em todos esses eventos, o denominador comum é: a internet, os amigos e os fãs na condição de produtores.

Figura 1 – Responsáveis e envolvidos com a turnê *gorduratrans* Nordeste

[5] AGUIAR, F. Da internet para a estrada: depoimento. [22 jun. 2016]. Recife: Rock Jovem. Entrevista concedida a Danilo Galindo. Disponível em:<http://rockjovem.com.br/index.php/2016/06/22/turne-independente/>. Acesso em: 05 nov. 2016.

Fonte: <https://medium.com/@bichanorecords/como-sair-em-turn%C3%AA-lista-de-contatos-3229b40d3768#.nykyebp9q>. Acesso em: 21 nov. 2016.

A internet é basicamente uma grande formadora de prossumidores, fornecendo àquele que se dá ao trabalho de buscar a informação necessária para solucionar qualquer que seja o problema assolando o pesquisador.

> Um de meus amigos, que recentemente comprou um velho harmônio e desejava consertá-lo (ao mesmo tempo que temia o custo da restauração), contou-me que encontrou na Net dois sites que explicavam em detalhes os passos a seguir para consertar harmônios e um *newsgroup* no qual obteve as respostas para as últimas dúvidas que o perturbavam (LEVY, 1999, p. 86).

O exemplo de Levy nos mostra que as redes sociais são o elo perdido do quebra-cabeça que Toffler montou em 1980, ou seja, a peça que faltava para que o mercado ficasse independente das grandes empresas, possibilitando o surgimento de iniciativas autônomas. Existem diversos tutoriais ao longo da rede que ensinam os segredos para realizar as mais variadas tarefas, muitos deles inclusive hospedados no *Youtube* contendo registros visuais, o que facilita ainda mais o processo de aprendizagem do internauta.

O selo musical de Caxias do Sul, *HoneyBomb Records*, é também um exemplo do uso das redes sociais para capacitar e ajudar a divulgar conhecimento que nas mãos de pessoas capazes, pode gerar frutos e mais iniciativas independentes. Foco aqui na *POLÉN*, que é descrita em sua página no *Facebook* como "um espaço para conversar sobre o funcionamento do mercado musical independente brasileiro"[6].

A *POLÉN* foi a plataforma encontrada pela *HoneyBomb* para ampliar o alcance da discussão online sobre a cena alternativa musical atual. Ela se utiliza de textos, *podcasts*, vídeos, e até conversas múltiplas via *Google Hangout* transmitidas via *Youtube*. Como exemplo da última opção, cito a conversa sobre financiamento coletivo (uma espécie de "vaquinha" *online*) que envolveu bandas bem sucedidas na utilização

[6] Página oficial da *POLÉN* no *Facebook*. (2016). Disponível em: <https://www.facebook.com/PolenHBR/>. Acessoem: 08 nov. 2016.

do artifício - como a potiguar *Mahmed* e a gaúcha *CuscoBayo* - assim como especialistas que trabalham com consultoria na área. Dessa maneira, a *HoneyBomb* mostra-se muito valiosa para a cena nacional, tanto pelo trabalho musical, quando pelo informacional que desempenha.

A cena musical independente brasileira antes da Internet

Não é coincidência e nem algo recente o fato de que a televisão era e ainda é o caminho mais rápido para a consagração musical no Brasil. As raízes desse fato remontam às décadas de 1960 e 1970, quando a televisão popularizou-se e passou a ocupar o lugar que antes pertencia ao rádio em questão de anúncios publicitários (VICENTE; DE MARCHI, 2014). Programas como *O Fino da Bossa*, *Jovem Guarda* e os *Festivais da Canção* consagraram grandes nomes como *Elis Regina, Roberto* e *Erasmo Carlos, Caetano Veloso* e *Gilberto Gil*.

Por anos, a produção da Música Popular Brasileira foi um artifício muito forte utilizado pela televisão na tentativa de aglomerar audiências por sua capacidade de agradar às mais diversas classes sociais. Os programas citados acima funcionavam bem para ambos os lados: tanto para as redes televisivas na formação de público, quanto para os artistas que recebiam uma plataforma extremamente valiosa para escoar suas produções.

Havia uma preocupação latente com a valorização daquilo que era nacional em detrimento aos grandes conglomerados estrangeiros adentrando no mercado brasileiro, e um viés político de esquerda sempre presente nas produções musicais da época (DE MARCHI, 2007). Os *Festivais da Canção* personificavam esta tendência de culto ao nacional, dando espaço e valorização aos artistas brasileiros dentro da televisão.

> Enquanto o 'mercado' serviu aos interesses dos produtores televisivos e fonográficos – revelando compositores; popularizando intérpretes e canções; consolidando um público televisivo – e aos dos intelectuais e músicos engajados – expondo artistas; formando uma audiência comprometida com seus projetos, o que passava uma imagem de legitimidade popular – realmente não foi problema nem à estética nem à

> política. Entre 1964 e 1968, de fato, a MPB parecia ter atingido seus objetivos: tornara-se um produto valorizado e que difundia os princípios da cultura nacional e popular através da televisão. (DE MARCHI, 2007, p. 12).

Porém, após o golpe de 1964 a intervenção militar nas telecomunicações e na cultura desfez a aliança entre as televisões e os jovens músicos, posicionando toda a produção de conteúdo nas mãos da iniciativa privada monitorada de perto pelo Estado. Em resposta a este cenário de descaso com a produção nacional, surge aquilo que chamamos de música independente como discurso no final da década de 1970.

> No entanto, o que poderíamos denominar como "movimento musical independente" surgiria apenas no final dos anos 1970, com o lançamento de discos como *Racional*, de Tim Maia, de 1975, *Feito em Casa*, de Antonio Adolfo, em 1977, *Boca Livre*, do grupo Boca Livre, em 1979, e com o surgimento do Teatro Lira Paulistana, em São Paulo em 1978. (VICENTE, 2014, p. 126). Foi a partir de Antonio Adolfo, da Cooperação dos Músicos do Rio de Janeiro (liderada por Chico Mário) e da atuação de diversos nomes ligados a esses polos, que a expressão "independente" passou a fazer parte dos discursos de artistas e das manchetes de jornais, sendo utilizado como sinônimo de "qualidade artística" e "autonomia criativa", em oposição a alguma produção mais "massificada" e "alienada", estética e politicamente falando. (DE MARCHI, 2007). Apesar de seu caráter "alternativo", é preciso notar que esse movimento independente se desenvolveu marcadamente no eixo Rio-São Paulo e que não sobreviveria ao difícil cenário econômico da década de 1980. (VICENTE; DE MARCHI, 2014, p. 19-20).

Apesar da existência do eixo Rio-São Paulo, isso não significou que artistas de outros estados não teriam espaço no movimento, apesar de que muitos deles precisariam mudar-se para fazer parte dele. Como símbolos do *boom* nordestino podemos citar *Belchior, Fagner, Alceu Valença, Geraldo Azevedo*, e *Elba Ramalho*. De Minas Gerais, o *Clube de Esquina* também representou uma maior abertura à regionalização permitida pelo cenário independente.

Segundo Vicente (2002), as iniciativas independentes de 1980 não obtiveram o êxito que era esperado não pela falta de profissionalismo dos artistas, mas pelas

dificuldades de distribuição encontradas na época e a crise econômica que levaria a década de 1980 ser considerada a "década perdida". Por este motivo, Vicente (2002) considera esta cena a frente de seu tempo. Como iniciativas louváveis podemos citar a APID - Associação dos Produtores Independentes de Discos; e o Teatro Lira Paulistana, no bairro de Pinheiros, que fornecia um palco aos artistas independentes.

> (…) muitos dos artistas que gravavam de forma independente nos anos 70 e 80 ainda continuam independentes… há novas formas de produção e distribuição via internet e outras também… o número de produções independentes é hoje muitíssimo maior… houve uma evolução do processo. Alguns selos fecharam, outros continuam e outros nasceram, alguns artistas passaram para Grandes Gravadoras, fizeram sucesso, se apagaram, outros continuam à margem ou no seu caminho tranquilo. Uns inovam, outros ficam na mesmice do compromisso com a imagem… (Depoimento de Antonio Adolfo apud VICENTE, 2002, p. 134).

Com a modernização e o crescimento que o país vivenciou até 2014, a popularização da internet e a profissionalização de uma nova geração que cresceu atenta às novidades dessa nova era possibilitaram a formação da cena independente que conhecemos hoje. Nessa era da informação, onde a quantidade de conteúdo é vasta, os selos fazem o papel de curadoria e formação de opinião, auxiliando os que se interessam por música a garimpar o que há de mais específico na internet e criando nichos.

A internet forneceu também uma ferramenta que possibilitou o fim da exigência do eixo Rio/São Paulo como as únicas opções para produzir e distribuir música. Pode-se citar aqui cidades criativas que se destacam em quantidade e qualidade de produção musical que é escoada ao resto do país, como: Goiânia (GO), Natal (RN), Recife (PE), Belo Horizonte (MG), e Caxias do Sul (RS).

Na semana do dia 08 de Outubro de 2016, estive em São Paulo para comparecer ao *Popload Festival*. Aproveitando a oportunidade, encontrei-me com representantes dos selos que mais se destacam no cenário independente nacional, além do proprietário da Casa do Mancha, lugar que há anos abre espaço e serve de plataforma de exposição para bandas independentes e autorais. A grande maioria deles se reúnem na Vila

Madalena, recorte da cidade que serve como berço para os mais diversos tipos de arte e economia criativa.

A Explosão dos Selos e Produtoras Independentes no Brasil

A Balaclava *Records*

O primeiro contato que tive com a *Balaclava* foi quando a banda instrumental potiguar *Mahmed* assinou contrato com o selo, no momento para divulgar seu primeiro disco "Sobre a Vida em Comunidade". Acumulando uma ótima recepção de público e de crítica, o primeiro EP da banda "Sob o Domínio das Águas e dos Céus" tornou o *Mahmed* um dos casos mais relevantes de sucesso da cena potiguar fora do Rio Grande do Norte, rendendo futuramente a parceria com a *Balaclava*. A banda circulou por várias regiões do Brasil chegando até a tocar num dos festivais de maior prestígio internacional atualmente, o *Primavera Sound* em Barcelona. Desde então, mantive curiosidade e acompanhei de perto seus lançamentos. Hoje a *Balaclava* representa um dos selos mais proativos e de certa forma pioneiros da nova cena.

Em atividade desde Março de 2012, a *Balaclava* foi fundada por Fernando Dotta e Rafael Farah, o primeiro formado em Publicidade e o segundo em Administração. A ideia de criar o selo veio da necessidade de encontrar alguma parceria que fizesse o lançamento do disco que a banda dos dois, a *Single Parents*, havia acabado de produzir. Ao notar que as buscas não encontraram os resultados esperados, Dotta e Farah resolveram tornar-se *prosumers* e iniciar o próprio selo.

Figura 2 – Logotipo da *Balaclava Records*

Fonte: <www.balaclavarecords.com>. Acesso em: 21 nov. 2016.

De início, as bandas lançadas eram em sua maioria de amigos e pessoas próximas que produziam um bom conteúdo, mas pecavam na distribuição e divulgação do trabalho (serviço que o selo disponibiliza).

Além disso, a *Balaclava* organiza o *Balaclava Fest.* No festival, já passaram artistas de renome internacional como *Yuck* e *Mac deMarco*; e bandas expoentes do cenário nacional participantes do próprio selo como o próprio *Mahmed* (RN), *Ventre* (RJ), e *Terno Rei* (SP).

A Casa do Mancha

Figura 3 – Mancha Leonel na casinha

Fonte: <http://www1.folha.uol.com.br/saopaulo/2015/09/1686026-casa-do-mancha-comemora-oito-anos-com-festival-de-musica-independente.shtml>. Acesso em: 20 nov. 2016.

Assim como os selos, a Casa começou em 2006 como um estúdio do Mancha para gravar projetos pessoais e de amigos. Até que dois amigos que também possuíam *home studios* levaram seus equipamentos para a casa, transformando o estúdio em algo mais sofisticado. Um dos amigos em questão era Rafael Crespo, ex-guitarrista do *Planet Hemp* e na época integrante da banda de emocore *Polara*[7].

[7]Polara é uma banda de post-harcore emo que esteve em atividade entre 1999 e 2007 e hoje é um dos nomes clássicos do *underground*.

O fato de o *homestudio* encontrar-se localizado na Vila Madalena - bairro conhecido pela vida boêmia - atraía vários outros músicos e curiosos que frequentemente realizavam festas entre amigos no local. Isso abriu a mente dos donos para a possibilidade de usar o espaço para a realização de *shows.* Em 22 de Setembro de 2007, a casa fez seu primeiro evento aberto ao público com um *show* do Polara, que ao mesmo tempo em que inaugurou o espaço, fez também o *show* de despedida da banda.

Mancha percebeu que havia uma demanda das bandas por um lugar para mostrar suas produções, num momento em que a cena começava a mostrar certo profissionalismo, e atraía atenção genuína do público em detrimento ao apoio rotineiro e inicial dos amigos. A casa tem como princípio ser palco exclusivo para a música autoral, e se orgulha em dizer que nunca produziu *shows cover* - com exceção de uma apresentação especial do *Cidadão Instigado* (CE) tocando *Beatles*.

A Transtorninho e a Bichano *Records*

Em uma cena paralela a dos selos profissionais encontram-se a Transtorninho e a Bichano *Records*: ambas criadas e geridas por pessoas ainda mais jovens que as outras citadas acima e que se identificam mais como um *hobby* do que como realmente uma corporação.

A Transtorninho *Records* é baseada em Recife e nasceu em 2014, criada pelos membros da banda *Amandinho*, principal cartão de visitas do selo. A ideia veio do interesse em tocar, ver pessoas tocarem e mudarem por causa da música, não se limitando assim a um gênero específico. Felipe Soares e Smhir Garcia na época haviam acabado de se mudar para Recife, vindos de Maceió onde a cena independente era mais intensa - Smhir fazia parte do coletivo *Popfuzz*, e Felipe toca em bandas desde os 14 anos. No mesmo momento, conheceram Danilo Galindo e João Eduardo[8].

Figura 4 – Produtos da Transtorninho *Records*

[8]SOARES, F. Transtorninho Records - Recife é experimental, Indie e Shoegaze: depoimento. [9 set 2015] São Paulo: *Duofox*. Entrevista concedida a Diego Fernandes. Disponível em:<http://www.duofox.com.br/transtorninho-records-recife-e-experimental-indie-e-shoegaze/>. Acesso em 20 nov. 2016.

Fonte: <http://www.transtorninho.com/single-post/2016/07/26/Transtorninho-Records-completa-dois-anos>. Acesso em: 21 nov. 2016.

A Bichano *Records* possui uma história muito parecida. Criada por Fred Zgur, a inspiração veio de selos estrangeiros como *Driftwood Records* e *Too FarGone Records*, e tornou-se realidade no início de 2014[9]. O nome do selo veio da ilustração criada por Guilherme Freitas de um gato usando uma camiseta da banda *TitleFight*.

Figura 5 – Logotipo de Bichano *Records*

Fonte: <https://bichanorecords.bandcamp.com/>. Acesso em: 20 nov. 2016.

[9] ZGUR, F. Bichano Records - O selo carioca para fãs de HC melódico e suas vertentes: depoimento. [26 ago 2015]. São Paulo: *Duofox*. Entrevista concedida a Diego Fernandes. Disponível em:<http://www.duofox.com.br/bichano-records-o-selo-carioca-para-fas-de-hc-melodico-e-suas-vertentes/>. Acesso em: 20 nov. 2016.

O trabalho da Bichano é focado em música, shows e zines. As bandas do selo chegam até ele de maneiras variadas, seja através de amigos, de um contato feito pelo próprio Fred devido a uma admiração pessoal, e de bandas que entram em contato com o selo e caem nas graças dele. Quanto aos shows, a Bichano se encarrega de fazer uma ponte ligando as bandas com produtores locais em diversos locais através do país. Há sempre um espaço também para zines, aberto a quem quiser disponibilizá-los nos eventos da Bichano. O selo ainda produz também uma coletânea chamada Diários Emocionais no *Bandcamp*, contendo em média 20 bandas, que possui quatro volumes. A iniciativa foi inspirada nos "*emo diaries*" produzidos pela *Deep Elm Records* e a Bichano surgiu em função dela.

Após lançamentos que geraram grande comoção no cenário nacional como o disco "lado turvo, lugares inquietos" do *maquinas* (CE) e "repertório infindável de dolorosas piadas" do *gorduratrans* (RJ), a Bichano inesperadamente anunciou seu fim utilizando o mesmo texto *"a day for destroying things"*, da *Sarah Records*. Deixando os fãs, os músicos, e todos aqueles que o acompanhavam surpresos, a Bichano sai de cena deixando para trás toda uma geração de jovens que aprenderam que podem fazer música sozinhos e chegar longe.

Conclusão

A internet mostra-se assim um ambiente de extrema importância para o escoamento das produções da cena musical independente. Apesar dos empecilhos gerados pelos algoritmos e barreiras impostas pelas empresas que controlam as redes sociais, a internet conecta pessoas dos mais distantes lugares unidos por interesses em comum. É um ambiente onde pessoas mais jovens podem aprender e se profissionalizar, tornando-se os *prosumers* previstos por Toffler.

A internet, por ser um território aberto e pretensamente democrático, ajudou a libertar os agentes de cultura das amarras de uma mídia corporativista e elitista como a brasileira. O que podemos esperar para o futuro é a consagração dos artistas que melhor compreenderem as nuances da rede e como usá-la a seu favor.

Referências

ANDERSON, Chris. **A Cauda Longa.**Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

LEVY, Pierre. **Cibercultura**. Tradução de Carlos Irineu da Costa. São Paulo: Editora 34, 1999.

TOFFLER, Alvin. **A terceira onda**. 16 ed. Rio de Janeiro: Record, 1980.

VICENTE, E.; DE MARCHI, L. **Por uma história da indústria fonográfica no Brasil 1900-2010**: uma contribuição desde a Comunicação Social. Música Popular em Revista, Campinas, ano 3, v. 1, p. 7-36, jul.-dez. 2014. Disponível para download em:<https://www.academia.edu/12686895/Por_uma_hist%C3%B3ria_da_ind%C3%BAstria_fonogr%C3%A1fica_no_Brasil_1900-2010_uma_contribui%C3%A7%C3%A3o_desde_a_ Comunica%C3%A7%C3%A3o_Social>. Acesso em: 18 nov. 2016.

VICENTE, Eduardo. **Música e disco no Brasil**: a trajetória da indústria nas décadas de 80 e 90. Tese apresentada à Escola de Comunicações e Artes - Universidade de São Paulo, mar. 2002. Disponível em:<https://www.academia.edu/4922759/M%C3%9ASICA_E_DISCO_NO_BRASIL_A_trajet%C3%B3ria_da_ind%C3%BAstria_nas_d%C3%A9cadas_de_80_e_90>. Acesso em: 21 nov. 2016.