
Indústria fonográfica: o mercado de música no Brasil no início do Século XXI¹

Daniel Parente NOGUEIRA²

Resumo

O ramo de produção e distribuição musical foi afetado no final dos anos 1990 e início do século XXI, o que causou um impacto na indústria fonográfica, resultando em uma crise estrutural da mesma. O objetivo deste trabalho foi analisar a crise da indústria fonográfica devido ao advento das novas tecnologias de produção e distribuição musical. Trata-se de uma pesquisa exploratória com abordagem qualitativa, onde foi realizada uma análise de conteúdo, nos relatórios publicados pela Pró-Música Brasil - PMB, entidade que compila e publica anualmente os valores de venda reportados pelas empresas do ramo no Brasil. Os resultados indicam mudanças nas formas de produção, distribuição e consumo de música, com estratégias como gravação em *homestudios*, venda *online*, direcionamento para nichos de mercado e *streaming* como plataforma de distribuição.

Palavras-chave

Indústria fonográfica; Indústria cultural; Inovação tecnológica; Mercado de música

Introdução

No final dos anos 1990 e início do século XXI, o advento de novas tecnologias de produção e distribuição musical levou a indústria fonográfica a uma situação de crise. As percepções dos atores produtivos do setor sobre a situação divergiam, indo da constatação de uma crise estrutural até declarações que apontavam o fim da existência do setor.

Uma vez que a indústria fonográfica, após um período de adaptação e reestruturação, apresenta atualmente um panorama de crescimento, observou-se que outros setores passam por crises semelhantes, resultantes do impacto de inovação tecnológica. Dentre outros, observam-se mudanças no setor de transportes com os aplicativos de celular, os sistemas de pagamento autônomo nos caixas de supermercado, portarias eletrônicas e os ramos de filmes e livros.

¹ Trabalho apresentado no Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, GP Comunicação, Música e Entretenimento, XX Encontro dos Grupos de Publicidade Propaganda, evento componente do 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – VIRTUAL – 1º a 10/12/2020.

² Prof. Ms. do Curso de Publicidade e Propaganda – Uninassau Fortaleza – profdpnogueira@gmail.com

Diante da possibilidade que o estudo da crise e reestruturação da indústria fonográfica tem de contribuir para as estratégias de resposta à crise em outros setores, a questão de pesquisa que norteou este trabalho foi: como ocorreu a reestruturação da indústria fonográfica brasileira no início do Século XXI?

Para responder essa questão, o objetivo geral é analisar a crise da indústria fonográfica devido ao advento das novas tecnologias de produção e distribuição musical.

O objetivo geral se desdobra nos seguintes objetivos específicos: i) pesquisar o conceito e histórico da indústria fonográfica no Brasil; ii) investigar como o advento de novas tecnologias de produção e distribuição musical impactou o setor; e iii) analisar os relatórios anuais com valores de vendas reportados pelas maiores empresas da indústria fonográfica no Brasil.

O trabalho está dividido em 7 partes, incluindo esta introdução e as considerações finais. O capítulo 2 traz discussões acerca do conceito de indústria fonográfica e a sua evolução no Brasil. O capítulo 3 mostra o impacto do advento de novas tecnologias de produção e distribuição musical e o capítulo 4 trata dos serviços de *streaming* e os novos desafios da produção musical no Brasil. O capítulo 5 contém a metodologia do trabalho e o capítulo 6 traz a análise de conteúdo que aborda a reconfiguração industrial pela qual o setor passa.

2 Indústria fonográfica: conceitos e evolução no Brasil

A indústria fonográfica é o conjunto de empresas especializadas na produção e distribuição de fonogramas, ou seja, produtos de música gravada em mídias, historicamente evoluindo dos discos de cera para os de vinil, fitas K7, CD e o mp3.

Apesar de já existir no Brasil desde o início do Século XX, o desenvolvimento financeiro e a consolidação da indústria fonográfica ocorreram nas décadas de 1960 e 1970, concomitante ao crescimento de uma sociedade de consumo no país. Também foi nessa época que chegaram ao país as grandes gravadoras transnacionais, que ficaram conhecidas como *Majors*. Elas entraram no mercado brasileiro gerando alta competitividade com as suas concorrentes nacionais. (VICENTE, 2006).

No Brasil, no período de consolidação da indústria fonográfica, a gravadora tinha um grande parque industrial que abrigava todas as empresas que faziam parte do processo de produção e distribuição do seu produto. Atualmente, principalmente por conta do sistema de mercado, o que está em voga são as parcerias e a terceirização (VICENTE, 2006).

Observando a evolução tecnológica do setor, logo que foi inventado, o fonógrafo criado por Thomas Edison chegou à população com um custo bastante elevado, o que impossibilitava a sua aquisição por parte do segmento menos abastado da sociedade. Somente no fim do Século XIX essa situação começou a mudar, devido ao desenvolvimento de modelos mais populares e ao aumento das gravações de música, trazendo o equipamento para o lazer.

O fonógrafo de Thomas Edison, que deveria ser, inicialmente, uma espécie de máquina para recados falados. Junto com ele, os aparelhos que o sucederam, como o Grafafone de Tainter e Graham Bell e o Gramafone de Berliner, trouxeram a possibilidade de reprodução da música, causando uma crise no mercado musical com possibilidade de substituição das apresentações ao vivo e a desestabilização da estrutura das editoras de direitos autorais e partituras. A música reproduzida não passava a mesma emoção da apresentação ao vivo, mas, em contrapartida, passou a atingir uma grande parcela da população que não tinha acesso às apresentações (PUTERMAN, 1994).

A gravação de música passou ainda por muitas evoluções, chegando aos discos de cera, vinil, fitas k7 e no final dos anos 1980, ao *Compact Disc* ou CD. Este vem substituir as formas anteriores pois, "inaugurou toda uma nova era que permite às pessoas ouvir a música exatamente como ela é executada pelos músicos", (PUTERMAN, 1994. p. 71).

Essa fidelidade à execução dos músicos por parte do CD deve-se ao fato de que a reprodução do material gravado acontece por meio de um laser que lê a informação num disco metálico, revestido de plástico, diferente do vinil onde uma agulha percorria os sulcos gravados no disco onde, com frequência não era utilizado material de qualidade ou os sulcos se desgastavam e atrapalhavam a leitura e, por conseqüência, a qualidade do som reproduzido (SERAFIM, 2007).

Na década de 1990, surgiu no mercado o mp3, sigla para MPEG-1/2 *Audio Layer 3*, um dos primeiros tipos de compressão de áudio com perdas sonoras quase imperceptíveis para a maioria das pessoas, que reduz o tamanho do arquivo em cerca de 90% na qualidade padrão de 128Kbps. Com o advento deste novo formato de áudio de tamanho reduzido as tecnologias de áudio entraram em uma nova etapa, totalmente digital e sem a necessidade de uma mídia física, expandindo a possibilidade de distribuição, divulgação e compartilhamento de música (DEMARCHI, 2004).

Em meados da década de 1990 e início do Século XXI o advento da Internet como rede internacional de relações causou na sociedade uma rápida mudança nos seus hábitos de consumo e produção de música.

2.1 Críticas à indústria cultural

Sendo a indústria fonográfica parte da indústria cultural, esta etapa do trabalho traz uma análise das críticas feitas por autores da Escola de Frankfurt em relação a esta última, que aplicam-se aos termos da primeira.

De início, a criação e a popularização do fonógrafo e seus similares, como mencionado anteriormente, levaram a sociedade da época a uma forma nova e diferente de consumir música, gerando uma situação de crise para a estrutura das editoras. A crítica de Benjamin (1985) a essa tecnologia é que ela acabava com a aura que envolvia público e músicos em uma apresentação ao vivo, deixava de existir o aqui e agora da arte, desvalorizando a obra e tornando-a simplesmente um objeto de consumo.

Além de uma nova forma de consumo de música e da desvalorização da obra, essa nova tecnologia trazia consigo uma indústria que selecionava o que seria gravado e reproduzido. Não era mais o público que ia até as apresentações, mas a indústria levava até ele o produto pronto para ser ouvido, inibindo o acesso a uma obra que não a selecionada por esta.

Isso somado ao poder de formação de opinião da imprensa e dos meios de comunicação em geral, o produto que deve ser consumido pela sociedade é selecionado pelas grandes empresas e os seus críticos culturais (ADORNO, 1998).

A Indústria Cultural modela os gostos e as preferências das massas, formando suas consciências ao introduzir o desejo de necessidades supérfluas [...] É tão

eficaz nessa tarefa que as pessoas não percebem o que ocorre. (STRINATI, 1999. p.70)

Para Adorno (1998) essas mudanças eram negativas para a sociedade que, diante delas, passa a obedecer a imposição de consumo das empresas voltadas para a comunicação artística, nas quais o lucro é o determinante fundamental.

Puterman (1994) mostra que, por acreditar que as artes nasciam espontaneamente da manifestação do povo nas sociedades anteriores à reprodutibilidade técnica da arte, Adorno criticava a sociedade que passou a ser regida pelas organizações empresariais. Porém, essa crítica não se referia à indústria cultural propriamente dita.

A condenação [de Adorno] não se dirige à indústria cultural em si, mas aos sistemas políticos e econômicos que contribuíram para a sua implantação e desenvolvimento. (PUTERMAN, 1994. p.33)

Ao industrializar a arte, as organizações empresariais limitam a criatividade e a pretensão de inovar pois, para a indústria cultural interessa o produto de fácil acesso, que conquiste rapidamente a massa, caracterizada por Puterman (1994) como uma coletividade monolítica e desumanizada, cuja cabeça e gostos foram formados pelas técnicas industriais de comunicação.

Observa-se a diferença entre as visões de Benjamin e Adorno. O primeiro via as mudanças como algo natural, que exigia da sociedade e das empresas uma adaptação, enquanto Adorno condenava o novo sistema por acreditar que este reduzia a sociedade a material estatístico.

Eco (1993) classificou essas posturas como apocalíptica ou integrada. Definindo de forma resumida e direcionada para o objeto deste trabalho, a postura apocalíptica é aquela que enxerga a crise de forma essencialmente negativa, enquanto a integrada a percebe como uma mudança natural, que será absorvida pela sociedade. Essas definições servem de base para a análise realizada no decorrer deste trabalho.

2.2 As gravadoras no contexto da evolução da indústria fonográfica

As gravadoras foram importantes para a consolidação da indústria fonográfica nos moldes que conhecemos hoje. No período mais estável da indústria, cabia a elas a responsabilidade de selecionar novos artistas, gravá-los e divulgá-los para o público.

Nas décadas de 1960 e 1970, só as gravadoras tinham condições tecnológicas e financeiras de produzir um disco. Com uma política expansiva, de agregação de muitos artistas ao cast da empresa, as grandes gravadoras contratavam artistas dos mais diversos estilos, com a intenção de alcançar o maior número de segmentos de público possível (VICENTE, 2005).

Na década de 1980, em decorrência da crise econômica que afetou o país, a política expansiva das décadas anteriores deu lugar à seletividade e à segmentação. As *Majors* passam a reduzir seus elencos, com foco nos segmentos então privilegiados: o Rock, a música romântica e a música infantil.

É nesse cenário de crise econômica que começam a surgir no Brasil as primeiras propostas de produção independente como o disco de Antonio Adolfo intitulado *Feito em Casa* e, posteriormente, a criação de gravadoras independentes como a Som da Gente e o projeto Lira Paulistana.

Com essa possibilidade de gravação, artistas que não faziam o gênero selecionado pelas gravadoras, passaram a poder registrar o seu trabalho. No início dos anos 1990, artistas como Tim Maia, Guinga e Belchior só conseguiram gravar pagando pela gravação. Outros artistas foram descobertos por selos independentes e, posteriormente, contratados por grandes gravadoras, como Raimundos, Racionais MC's e Sepultura (VICENTE, 2005).

A produção independente passou a ser uma colaboradora da indústria fonográfica ao adquirir a função de prospectar novos talentos e testar a sua capacidade de aceitação de mercado. A produção independente também passou a ter como objetivo atingir uma fatia de mercado que não consumia a música massiva e descobrir novas técnicas de gravação (DEMARCHI, 2004).

A ausência de uma estrutura profissional que fizesse uso dos recursos de divulgação e comunicação, somada a “espiral inflacionária, o atraso tecnológico da indústria, as constantes mudanças nas regras econômicas, os problemas de fornecimento de matéria prima” (VICENTE, 2005. p.6) foram os fatores que mais dificultaram a distribuição das gravadoras independentes da década de 1980 que acabaram enfraquecendo.

A década seguinte foi marcada pelo impacto do advento da Internet e da evolução das tecnologias de gravação e distribuição de música, como será detalhado na próxima etapa deste trabalho.

3 Novas tecnologias e reconfiguração industrial

A tecnologia de maior impacto das últimas décadas é a Internet. Ela também se tornou o maior meio de divulgação e distribuição de música. O advento de tecnologias como as de compressão de arquivos de áudio, como o já citado mp3 e os seus *players*, permitem que a música seja rapidamente compartilhada e armazenada em grande número em aparelhos portáteis. Fatores que mudam a forma de consumo de música da sociedade e, por consequência, influenciam diretamente na sua forma de produção (DEMARCHI, 2004).

Essas mudanças resultaram em uma transformação na forma de produzir, distribuir e consumir música. As tecnologias que permitem a construção dos *homestudios*, a Internet como meio de comunicação e divulgação, o Mp3 e seus *players*, a sociedade atual vivencia a música de uma forma diferente dos anos 60 e 70, época áurea da Indústria Fonográfica no Brasil e mais ainda que na época dos teóricos da Escola de Frankfurt.

Em princípio, os artistas independentes foram os maiores beneficiados com o acesso a todo este aparato tecnológico, pois passaram a ter uma alternativa para a produção e divulgação do seu trabalho fora do sistema das gravadoras.

Ainda na primeira década do Século XXI os *homestudios* ficaram cada vez menores e acessíveis, proporcionando ao profissional trabalhar quando e onde lhe fosse conveniente.

Há quinze anos, quando pensava em montar um estúdio, queria abrir um negócio. Nunca me passou pela cabeça que eu teria condições de possuir um estúdio que posso carregar debaixo do braço para gravar quando pinta alguma inspiração (GAIGHER, 2007).

O locutor Phil Miler chegou à uma configuração com apenas um *notebook* e um microfone, que chamou de estúdio de pochete, que lhe permite fazer até viagens sem perder nenhum trabalho.

Não contei para ninguém que estava no exterior, os clientes me ligavam no celular ou no número de São Paulo, que atendo por Skype ou iChat. Me

passavam o briefing, eu fazia a gravação dentro do guarda-roupa e enviava para eles (MILER, 2007).

Nesse cenário, os músicos passaram a ter a possibilidade de produzir sua música e fazê-la chegar até o seu público vivendo uma situação de retorno ao passado, onde a apresentação ao vivo é o principal produto que o músico tem a oferecer, onde o que ocorre na apresentação original constitui o conceito da sua autenticidade (BENJAMIN, 1955).

O advento de novas tecnologias de produção musical trouxe consigo uma mudança social de hábitos e cultura de consumo de música por parte do público. A situação da produção e distribuição por parte dos músicos e da indústria fonográfica passou a apresentar resultados crescentes somente na segunda década do Século XXI.

4 Os serviços de *streaming* e os novos desafios da produção musical no Brasil

Para apontar os caminhos que levam ao objeto de pesquisa deste projeto, retoma-se, em uma observação resumida da produção de música independente no Brasil, que o disco *Feito em Casa* de Antônio Adolfo, lançado em 1977, e o Projeto Lira Paulistana são os marcos para esse tipo de produção. Pela primeira vez foi possível observar no País a formação de uma cena musical autônoma e razoavelmente estruturada. Entre o fim dos anos 80 e início dos 90, porém, era a distribuição que se mostrava um empecilho para que o artista pudesse levar sua música ao público (VICENTE, 2005).

A evolução dos meios de produção e distribuição de música, já abordados previamente, resultaram ainda em mudanças na forma de consumir música. Após duas décadas de mudanças intensas no setor, é possível observar neste início dos anos 2020, os serviços de streaming apresentando-se como modelo padrão de distribuição de música no mundo inteiro.

A principal característica desse serviço é trabalhar essencialmente com a música em formato digital, sem a necessidade de mídia física. Facilidades de acesso quase ilimitado e capacidade de armazenamento elevada resultam em um sistema onde um só fonograma é capaz de gerar renda para produtores (músicos e gravadores) e distribuidores (plataformas de streaming).

O ano de 2015 pode ser considerado mais um marco na reconfiguração do mercado de música. Pela primeira vez, a maioria dos consumidores, a saber 51%, acessava serviços de streaming para escutar arquivos musicais (IFPI, 2015).

A publicidade desses serviços aponta desde então para a possibilidade de consumo ilimitado de música. O slogan da plataforma Spotify era 'Música para todos' em 2015. Já a publicidade da plataforma Deezer prometia 'Acesso à música infinita'. O que observa-se aqui é a construção de um comportamento social onde é mais interessante o acesso ao consumo do que a posse de um bem (KISCHINHEVSKY; VICENTE; DEMARCHI, 2015).

Porém, esse posicionamento coloca tais empresas sob a pressão dos tradicionais atores do mercado de música em uma disputa em relação a como os serviços de streaming podem monetizar o consumo musical. Artistas de renome mundial como Bette Midler, Thom Yorke e Taylor Swift têm expressado publicamente descontentamento com o que consideram ser uma relação desproporcional entre a quantidade de acessos aos arquivos, que pode alcançar a cifra de milhões, e as quantias repassadas pelos serviços de streaming (KISCHINHEVSKY; VICENTE; DEMARCHI, 2015).

Mesmo com todas facilidades oferecidas, hoje os serviços de streaming detêm catálogos internacionais de grandes gravadoras, direcionando os algoritmos de seleção e indicação de música de forma que pouco oferece projeção para artistas independentes locais ou independentes (KISCHINHEVSKY; VICENTE; DEMARCHI, 2018).

Até então, foi possível observar e analisar o comportamento da indústria fonográfica no Brasil. Além disso, um resumo da situação até aqui apontada mostra que a inovação tecnológica impactou o setor, mudando as formas de produzir e distribuir música, além de causar transformações nos hábitos de consumo de música por parte da sociedade. Em 20 anos, o hábito padrão de compra de uma mídia - vinil, K7, CD ou DVD - e a reprodução desta em um aparelho deu lugar à assinatura de serviços de *streaming* que armazenam um número quase ilimitado de bens culturais. Para aprofundar essa temática, foi realizada a análise de conteúdo descrita no capítulo de metodologia a seguir.

4 Metodologia

Com relação ao método, o trabalho caracteriza-se como uma pesquisa exploratória, com abordagem qualitativa, onde foi realizado um estudo de caso baseado no trabalho de Gil (2008). Para tal realizou-se uma pesquisa bibliográfica acerca do tema e uma pesquisa em fontes documentais, caracterizadas como matérias de jornal, revistas e sites, entrevistas com artistas e profissionais da indústria fonográfica.

Foi realizada ainda uma análise de conteúdo, nos termos descritos por Bardin (2010), nos relatórios publicados pela Pró-Música Brasil - PMB, entidade que compila e publica anualmente os valores de venda reportados pelas empresas do ramo no Brasil. Os relatórios compreendem o período entre 2003 e 2018, com dados de 1999 a 2018.

5. Análise de conteúdo

A Tabela 1 apresenta os valores reportados pelas maiores companhias fonográficas operantes no país e compilados pela PMB, referente às vendas e a receita gerada por estas no período de 1999 a 2018.

Tabela 1 – Vendas da indústria fonográfica no Brasil - 1999/2019

Ano	Vendas (em Milhões de Reais)	Número Índice
1999	814.0	100
2000	891.0	109.5
2001	677.0	83.2
2002	726.0	89.2
2003	601.0	73.9
2004	706.0	86.7
2005	615.2	75.6
2006	454.2	55.8
2007	312.5	38.4
2008	316.4	38.9
2009	315.6	38.8
2010	293.0	35.9
2011	312.3	38.3
2012	392.8	48.3
2013	374.1	45.9
2014	454.5	55.8
2015	519.2	63.8
2016	802.0	98.5
2017	943.6	115.9
2018	1090.6	133.9

Fonte: PMB, 2020

A observação das vendas totais permite que o período compreendido entre 1999 e 2018 seja dividido em quatro momentos conforme o comportamento do mercado. O Quadro 1 apresenta essa divisão em quatro períodos e traz um resumo da análise de conteúdo realizada com base nos termos descritos por Bardin (2010).

Quadro 1 – Análise de Conteúdo dos Relatórios anuais da PMB

Período	Análise
1999 - 2004	Nessa primeira fase os valores tendem a oscilar, apresentando um pico positivo no ano 2000. O relatório da PMB aponta a introdução do produto DVD no Brasil como responsável por esse crescimento. O discurso contido nos relatórios acusa o <i>download</i> ilegal de música e a pirataria como responsáveis pela crise do setor.
2005 - 2007	Essa fase apresenta o maior pico negativo de vendas e a manutenção de uma crítica negativa, uma postura passiva diante das mudanças, anda culpando a pirataria e a Internet pela crise.
2008 - 2013	É possível observar um começo de mudança de postura por parte das grandes empresas do setor nessa fase. Ao invés de manter a postura defensiva, os relatórios mostram a criação de novas associações para proteger os direitos autorais e lutar contra a pirataria. Além disso, a diversificação de atividades e adoção de novas formas de venda apontava para um novo padrão de distribuição em um futuro próximo. Em 2011 a PMB começou a reportar os dados de venda de música digital no País, embora elas fossem responsáveis por apenas 16% do faturamento naquele momento.
2014 – 2018	A partir de 2014 é possível observar a volta do crescimento dos valores de vendas e os relatórios deixam de trazer reclamações referentes à pirataria e Internet. Em 2017 as vendas alcançaram um novo pico positivo, superando o anterior registrado em 2000. A venda de música em formato digital supera a de venda de produtos físicos e cresce o percentual de participação de 37,5% em 2014 para 72,4% em 2018. O movimento mais importante é o estabelecimento do <i>Streaming</i> como novo padrão de distribuição pago de música.

Fonte: Elaborado pelo autor com base nos relatórios anuais da PMB

As mudanças mostram que o setor tende a uma estabilização, apesar de ainda não determinar uma estrutura padrão sólida e estável como o modelo anterior. O *streaming* mostra-se como uma opção viável de distribuição, gerando renda para a indústria através do consumo de música em formato digital a preços acessíveis, ao mesmo tempo que tornou obsoleto o *download* ilegal de fonogramas.

Os rendimentos da indústria como um todo voltaram a crescer, superando inclusive o pico positivo de vendas anterior. Os músicos ainda têm maiores rendimentos

em shows do que na venda de música e direitos autorais, sendo porém um assunto que necessita de um estudo direcionado para tal.

Considerações finais

Os resultados da pesquisa mostram que, devido ao advento de novas tecnologias, a indústria fonográfica realmente está passando por uma crise e uma reconfiguração industrial. Mudanças necessárias para a continuidade da sua existência, que são também importantes para os artistas que, como foi analisado anteriormente, vivem agora uma época bastante diferente do tempo em que era necessário ser contratado por uma gravadora para mostrar seu trabalho.

As gravadoras, por sua vez, demoraram a aceitar que estas mudanças estavam ocorrendo e a tomar a atitude de se adaptar aos novos tempos. Devido a esta posição, são elas quem mais estão sofrendo o impacto dessas mudanças.

A questão de pesquisa que norteou este trabalho foi: como ocorreu a reestruturação da indústria fonográfica brasileira no início do Século XXI? Esta foi respondida através da pesquisa, que encontrou argumentos direcionando a caracterização para uma crise estrutural resultante do impacto do advento de novas tecnologias de produção e distribuição de música.

O objetivo geral de analisar a crise e reestruturação da indústria fonográfica devido ao advento das novas tecnologias de produção e distribuição musical foi atendido no sentido de que os resultados do trabalho apontam um panorama da referida crise e uma análise que encontrou as principais mudanças um novo padrão que tende a se solidificar.

Os objetivos específicos: i) pesquisar o conceito e histórico da indústria fonográfica no Brasil; ii) investigar como o advento de novas tecnologias de produção e distribuição musical impactou o setor; e iii) analisar os relatórios anuais com valores de vendas reportados pelas maiores empresas da indústria fonográfica no Brasil foram atendidos apontam para os principais resultados desta pesquisa, descritos no primeiro parágrafo destas considerações finais.

As novas tecnologias de produção e distribuição musical, bem como as de consumo de música, trouxeram para a sociedade mundial neste início de século XXI mudanças que desestabilizaram a estrutura da indústria fonográfica.

A indústria fonográfica vem seguindo a tendência mundial das indústrias em geral, com pequenos nichos empresariais que atendem a uma demanda específica, foco em segmentação, parcerias e terceirização em detrimento do antigo sistema, que tendia a centralização e agregação de funções por parte de uma mesma empresa. Este tema não se dá por aqui encerrado, principalmente devido ao fato de se tratar de uma reconfiguração que está ocorrendo neste momento.

Espera-se que o panorama traçado neste trabalho possa servir de referência para outros setores a fim de facilitar novos estudos e análises sobre situações de crise e reconfiguração resultantes do impacto da inovação tecnológica.

Referências bibliográficas

- ADORNO, T. **Prismas: Crítica Cultural e Sociedade**. São Paulo: Ática, 1998
- BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2010.
- BENJAMIN, W. **A obra de arte na época de sua reprodutibilidade técnica**. In: **Obras escolhidas, vol. 1**. São Paulo, Brasiliense, 1985
- DEMARCHI, L. A Nova Produção Independente: Mercado Fonográfico e as Novas Tecnologias da Comunicação. Trabalho enviado para o NP 08 – Tecnologias da Informação e da Comunicação, do **IV Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom**, 2004.
- ECO, U. **Apocalípticos e integrados**. São Paulo: Perspectiva, 1993, 5ª ed.
- GAIGHER, J. M. Talkback. **Revista Studio**. São Paulo, n.39. set. 2007
- GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. Ed. 6. São Paulo: Atlas, 2008
- INTERNATIONAL FEDERATION OF THE PHONOGRAPHIC INDUSTRY (IFPI). **Digital music report 2015**. London: International Federation of Phonographic Industry, 2015.
- MILER, P. Talkback. **Revista Studio**. São Paulo, n.37. jul. 2007
- PMB. **Mercado brasileiro de música 2003 a 2018**. Disponível em: <<https://pro-musicabr.org.br/home/numeros-do-mercado/>>. Acesso em: 09 de março 2020
- PUTERMAN, P. **Indústria Cultural: A agonia de um conceito**. São Paulo: Perspectiva, 1994
- SERAFIM, L. P. Talkback. **Revista Studio**. São Paulo, n.37. jul. 2007
- STRINATI, D. **Cultura popular: uma introdução**. 1ª ed. São Paulo: Hedra, 1999

VICENTE, E.; KISCHINHEVSKY, M.; DEMARCHI, L. Em busca da música infinita: os serviços de streaming e os conflitos de interesse no mercado de conteúdos digitais. **Revista Fronteiras – estudos midiáticos**. 17(3):302-311 setembro/dezembro 2015

VICENTE, E.; KISCHINHEVSKY, M.; DEMARCHI, L. A consolidação dos serviços de streaming e os desafios à diversidade musical no Brasil. **Revista Eptic**. v.20. n.1. 2018

VICENTE, E. A música independente no Brasil: Uma reflexão. **Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Uerj – 5 a 9 de setembro de 2005**.

VICENTE, E. Organização, crescimento e crise: a indústria fonográfica brasileira nas décadas de 60 e 70. **Revista Electrónica Internacional de Economía Política de las Tecnologías de la Información y la Comunicación**. v. 8 n. 3. 2006.