

**FELIPE ZIMPEL SANTOS**

GRR20172034

**PRODUÇÃO MUSICAL AUTÔNOMA: ARTISTAS E CONJUNTOS CURITIBANOS E  
SUA DESVINCULAÇÃO DOS ESTÚDIOS PROFISSIONAIS**

Monografia apresentada à disciplina OA894 - Trabalho de Conclusão de Curso II como requisito parcial à conclusão do Curso de Bacharelado/Licenciatura em Música - Departamento de Artes, Setor de Artes, Comunicação e Design da Universidade Federal do Paraná.

Orientador: Prof. Dr. Francisco Gonçalves de Azevedo

CURITIBA

2021



**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO**  
**UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ**  
**SETOR DE ARTES, COMUNICAÇÃO E DESIGN**  
Departamento de Artes  
Coordenação do Curso de Música

## **ATA DE DEFESA DO TRABALHO DE CONCLUSÃO DO CURSO DE GRADUAÇÃO**

No dia 20 de dezembro de 2021, FELIPE ZIMPEL SANTOS apresentou neste departamento o Trabalho de Conclusão do Curso de Graduação em Música intitulado

*Produção musical autônoma: Artistas e conjuntos curitibanos e sua desvinculação dos estúdios profissionais*

A banca avaliadora e a coordenação do TCC conferiram ao trabalho a nota média 95 (noventa e cinco) que será lançada como a nota da disciplina de TCC II.

Prof. Dr. Francisco Gonçalves de Azevedo

Prof. Dr. Maurício Dottori

Prof. Dr. Hugo Souza Melo  
vice-coordenador do Curso de Música  
Matrícula.191604

Prof. Dr. Hugo de Souza Melo

Felipe Zimpel Santos

## **AGRADECIMENTOS**

A Deus, por quem és, pelo amor incondicional e pelo cuidado no decorrer do curso e durante o desenvolvimento deste trabalho.

À minha família: meus pais Antônio e Rosane, meu irmão Henrique, minha cunhada Renata e minha fiel companheira de caminhada, Mariane. Sou grato pelo apoio e incentivo que me deram na escolha da música como profissão.

Ao meu orientador, professor Francisco, pelo auxílio e disponibilidade no decorrer do trabalho.

Aos demais professores do curso de música da Universidade Federal do Paraná, pelos ensinamentos, e aos meus amigos e colegas de curso, pelo tempo e pelas experiências compartilhados nos últimos anos.

Aos meus amigos de longa data, Alexandre, Timóteo, Vitor Carraro e Vitor Farinazzo, pelos momentos de apoio e descontração.

## RESUMO

Esta pesquisa teve por objetivo entender os principais motivos pelos quais artistas e grupos musicais estão deixando de contratar serviços de estúdios profissionais para produzir suas músicas. A problemática do trabalho surgiu de uma experiência de trabalho em uma pequena empresa que oferece diversos serviços de produção musical e gerenciamento de carreira chamada Espaço Bamboo Conexão Música e Arte, em Curitiba. Ao perceber a baixa procura por esses serviços surgiu o problema da pesquisa, que foi desenrolado no decorrer do trabalho. Para isso foi desenvolvido um questionário de 25 perguntas, o qual foi enviado para artistas e grupos musicais de Curitiba. No decorrer do texto os resultados obtidos são apresentados e discutidos, tomando como base as bibliografias apresentadas.

**Palavras-chave:** indústria fonográfica, produção musical, *home studio*.

## **ABSTRACT**

This research aims to understand the main reasons why artists and musical groups are no longer hiring professional studios to produce their music. The problem arose from a work experience in a small company that offers various services of music production and career management called Espaço Bamboo Conexão Música e Arte, in Curitiba. Upon noticing the low demand for these services, the research problem arose, which was unraveled during the work. To this end, a 25-question questionnaire was developed and sent to musical artists and groups in Curitiba. Throughout the text the results obtained are presented and discussed, based on the bibliographies presented.

**Keywords:** music industry, music production, home studio.

## LISTA DE FIGURAS E IMAGENS

<b>GRÁFICO 1</b> - Respostas referentes à P2.....	16
<b>GRÁFICO 2</b> - Respostas referentes à P3.....	17
<b>GRÁFICO 3</b> - Respostas referentes à P4.....	18
<b>GRÁFICO 4</b> - Respostas referentes à P5.....	18
<b>GRÁFICO 5</b> - Respostas referentes à P8.....	20
<b>GRÁFICO 6</b> - Respostas referentes à P12.....	21
<b>GRÁFICO 7</b> -Respostas referentes à P16.....	22
<b>GRÁFICO 8</b> - Respostas referentes à P17.....	23
<b>GRÁFICO 9</b> - Respostas referentes à P18.....	24
<b>GRÁFICO 10</b> - Respostas referentes à P19.....	25
<b>GRÁFICO 11</b> - Respostas referentes à P23.....	26
<b>GRÁFICO 12</b> - Respostas referentes à P25.....	27
<b>FIGURA 1</b> – Relação entre P3, P8 e P25.....	28
<b>FIGURA 2</b> – Relação entre P3, P8 e P25.....	29
<b>FIGURA 3</b> – Relação entre P3, P8 e P25.....	30

# SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO</b> .....	01
<b>1 A INDÚSTRIA FONOGRÁFICA: BREVE HISTÓRICO, PRODUÇÃO AUTÔNOMA E IMPACTOS DA COVID-19</b>	
1.1 BREVE HISTÓRICO DA INDÚSTRIA FONOGRÁFICA.....	02
1.2 PRODUÇÃO AUTÔNOMA.....	05
1.3 IMPACTOS DA COVID-19.....	07
<b>2 METODOLOGIA</b>	
2.1 QUESTIONÁRIO.....	10
<b>3 APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO SOBRE OS DADOS</b>	
3.1 APRESENTAÇÃO DOS DADOS.....	13
3.2 DISCUSSÃO SOBRE DADOS.....	25
<b>4 CONSIDERAÇÕES FINAIS</b>	
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	30

## INTRODUÇÃO

A partir da segunda metade do século XX a música gravada passou a ser produzida e distribuída comercialmente por meio das grandes gravadoras, as quais tinham o equipamento profissional de áudio necessário para atender seus clientes. Posteriormente, na segunda metade do século XX, com a ascensão do *do it yourself* no cenário punk americano (MORAN, 2010, p.59), e no início do século XXI, com o crescimento e desenvolvimento tecnológico, essas grandes empresas perderam poder no mercado e surgiram as chamadas gravadoras independentes. Junto a outras pequenas e médias empresas voltadas para divulgação essas gravadoras também passaram a produzir e lançar artistas (CÔRTEZ, 2008, p. 2).

No final da primeira década do século XXI houve mais uma grande explosão tecnológica, a qual está se estendendo até a atualidade. Neste período alcançou-se um nível de evolução e de desenvolvimento ainda maior e mais rápido, o que afetou fortemente diversos setores do comércio, incluindo o mercado fonográfico. A partir desse período artistas e grupos musicais tiveram maior acesso a equipamentos de áudio profissionais e, por meio das redes sociais, descobriram também a possibilidade de gerir suas próprias carreiras (DE MARCHI, 2016, p.180).

A problemática que impulsionou este trabalho surgiu a partir da minha experiência de trabalho em uma empresa que oferece diferentes serviços para músicos da cidade de Curitiba-PR. O Espaço Bamboo Conexão Música e Arte é uma pequena empresa que atua como gravadora independente e que oferece três principais serviços: produção audiovisual, gerenciamento de carreira e produção musical. Destes três serviços, o de produção musical é o menos requisitado, o que fomentou a dúvida sobre o que tem causado essa perda de clientes na área. Portanto, o objetivo deste trabalho é entender os novos rumos que o desenvolvimento tecnológico impõe para a indústria fonográfica e, principalmente, responder o seguinte questionamento: por quais motivos esses artistas estão deixando de contratar estúdios profissionais? Os objetivos específicos da pesquisa atêm-se em confirmar, ou não, as três principais hipóteses de resposta para essa pergunta, que são o fator financeiro, o fator criativo e o acesso a equipamentos de produção musical.

Para responder essa pergunta foi desenvolvido um questionário de 25 perguntas, que foi respondido por artistas e grupos musicais de Curitiba. O questionário tem por objetivo entender como a produção musical desses participantes tem sido realizada nos últimos anos e quais os fatores (financeiro, criativo ou de acesso a ferramentas de produção) que têm influenciado na contratação ou não de estúdios profissionais. Também é abordada a questão da pandemia causada pela COVID-19 e como ela afetou ou mudou a perspectiva desses participantes em relação à produção musical do seu projeto. Por fim, esses resultados são apresentados, discutidos e

relacionados, com o intuito de entender os novos rumos da indústria fonográfica e desencadear algumas reflexões sobre o posicionamento e os novos caminhos para o profissional da produção musical em meio a um mercado tão exposto a constantes mudanças.

# 1 A INDÚSTRIA FONOGRÁFICA: BREVE HISTÓRICO, PRODUÇÃO INDEPENDENTE E IMPACTOS FINANCEIROS

Para analisar os dados coletados, e para facilitar a compreensão do leitor, é de extrema importância conhecer os processos e acontecimentos que constroem a história da indústria fonográfica. Este capítulo apresenta um breve histórico do surgimento e crescimento do mercado fonográfico, um panorama sobre a evolução da produção musical independente e, por fim, algumas considerações sobre os impactos econômicos e sociais decorrentes da pandemia da COVID-19 – uma vez que afetaram o desenvolvimento da pesquisa e têm grande potencial de afetar a realidade dos artistas e produtores.

## 1.1 Breve histórico sobre a indústria fonográfica

De acordo com Leonardo De Marchi, em *A destruição criadora da indústria fonográfica brasileira, 1999-2009: dos discos físicos ao comércio digital* (2016), a indústria fonográfica, antes mesmo de ser chamada de indústria, foi decorrente de experimentações tecnológicas do fim do século XIX. Fruto da tese de doutorado em comunicação realizada pelos programas de Pós-graduação da Universidade Federal do Rio de Janeiro e da Universidade Carlos III, a obra de De Marchi apresenta uma rica contextualização histórica da fonografia internacional e nacional com o intuito de discutir os novos rumos do comércio digital de fonogramas atrelado à autonomia profissional de músicos e artistas.

O primeiro aparelho inventado que pode ser considerado o marco zero da indústria fonográfica é o fonógrafo. Com o objetivo inicial de captar e transmitir informações (cartas ditadas), o fonógrafo foi criado por Thomas Edison (1847-1931) no final do século XIX. O aparelho tinha um bocal em formato de cone, por onde era captado o som. As ondas sonoras percorriam o cone até um diafragma com uma agulha, onde a onda sonora fazia vibrar a agulha. Essas vibrações faziam com que a agulha produzisse sulcos em um rolo de papel de estanho ou de cera. Após emitir sons no bocal cônico, bastava girar o cilindro novamente para reproduzir o som (DE MARCHI, 2016, p.65).

O fonógrafo com certeza abriu as portas para o mundo da gravação e reprodução sonora, porém, a invenção que realmente proporcionou que o negócio fonográfico se tornasse de fato uma indústria, foi o gramofone. Criado em 1888 pelo alemão Émile Berliner (1851-1929), nos Estados Unidos, o gramofone, diferente do fonógrafo, não funcionava mais com papel de estanho ou com cilindros de cera, mas sim com discos de goma-laca. Utilizando um disco matriz de metal, foi

possível estampar os discos de goma-laca em série e, conseqüentemente, comercializá-los em larga escala.

Uma vez que o processo mecânico da indústria estava estabelecido, começaram a surgir os problemas relacionados aos ganhos monetários e aos direitos autorais. Inicialmente, quem lucrava com o processo eram os músicos, pagos somente pela sessão de gravação, e as gravadoras, que detinham todo o rendimento decorrente das vendas. Porém, em 1908 na cidade de Berlim, foi aprovada a primeira lei que assegurava os direitos autorais aos compositores sobre as reproduções mecânicas de música. Do outro lado do oceano, nos Estados Unidos, foi aprovada a Lei dos Direitos Autorais (*Copyright Act*), que seguia princípios parecidos com a aprovada em Berlim um ano antes.

O período seguinte da história da indústria fonográfica, durante as décadas de 1920 e 1930, foi o das grandes gravadoras. Fruto da união entre gravadoras e emissoras de rádio, essas empresas passaram a dominar o mercado da música, sendo responsáveis tanto pelo processo de gravação como também de distribuição e divulgação desse material. Entre elas estão RCA, EMI e CBS, por exemplo. Com isso, as gravadoras passaram a ter interferência direta no fazer musical e, conseqüentemente, surgiram nessas empresas profissionais designados a intermediarem os interesses da gravadora com as propostas dos músicos. Esses foram chamados de produtores musicais. Durante a Segunda Guerra Mundial, devido ao corte da comercialização de goma-laca entre Estados Unidos e Japão, algumas dessas grandes empresas, como a CBS e a RCA, passaram a experimentar novas matérias-primas para produzir discos. O resultado dessas pesquisas foi o lançamento do disco de vinil de 33 e 1/3 rotações por minuto por parte da CBS em 1948. Um ano depois a RCA lança o disco de 45 RPM. Esses novos produtos possibilitaram mais tempo de gravação e, rapidamente, tornaram-se sucesso comercial.

A história da indústria fonográfica traçou seus caminhos e, pode-se dizer que nas décadas seguintes, viveu os anos de ouro. Ainda na década de 1960 a afiliada da Phillips nos Estados Unidos, Mercury Records Company, lança a fita magnética como produto de reprodução musical. Popularizado como fita cassete, esse produto apresentava maior capacidade de armazenamento de áudio em relação ao LP e possibilitava a gravação por parte do próprio consumidor (CONTER, 2016, p.46). Em 1968, aponta De Marchi (2016, p.84), a fita cassete representava aproximadamente 8% do mercado internacional da fonografia e 10,6% em 1970. Porém, a nova invenção que, mais uma vez, revolucionou o mercado foi o *Compact Disc Digital Audio* (CD). Com o advento do mundo digital, a Sony Corporation desenvolveu a nova tecnologia de reprodução a laser em discos ópticos, os quais foram lançados no mercado em 1983. Esses novos discos, após a reprodução a laser, passavam por uma decodificação digital para reproduzir o material gravado (CONTER, 2016, p.70). No quesito econômico, o CD também foi um grande

sucesso para a indústria. De Marchi (2016) aponta que entre 1992 e 1996 houve a maior arrecadação do que pode ser considerada a era de ouro do disco compacto (1992 a 2000). Os lucros da indústria aumentaram cerca de 37,93% em relação aos anos anteriores.

Até esse período as grandes gravadoras dominavam a produção e a distribuição musical de determinada região ou país. É o caso das norte americanas CBS e RCA nos Estados Unidos, da EMI na Inglaterra e da Polygram na Alemanha, por exemplo. Entretanto, como aponta De Marchi, conforme aproximava-se o fim do século XX a indústria passou a ser cada vez mais dominada por conglomerados transnacionais (2016, p.83).

A virada do milênio foi marcada por uma enorme revolução tecnológica, e o impacto disso na indústria fonográfica foi enorme. O mundo digital facilitou o processo de gravação e o acesso cada vez mais fácil a equipamentos de produção musical fez com que crescesse o número de gravadoras independentes. Essas, segundo De Marchi, passaram a assumir um papel de nicho, atendendo a setores específicos do mundo da música, enquanto as grandes gravadoras investiam em artistas e grupos musicais pontuais de grande visibilidade (2016, p.81). O autor encaminha a contextualização histórica para o final comentando sobre o crescimento do compartilhamento de arquivos digitais por meio da internet e sobre a pirataria, exemplificada muitas vezes pelo chamado caso Napster. A Napster Inc. foi uma empresa criada em 1999 pelos norte-americanos Shawn Fanning e Sean Parker, a qual, por meio de um programa digital, proporcionava aos usuários o compartilhamento de arquivos via internet. Com um crescimento gigantesco na virada do século, a Napster passou a sofrer diversos processos judiciais por parte de gravadoras e editoras musicais, uma vez que o compartilhamento de músicas em arquivo MP3 violava a lei dos direitos autorais (DE MARCHI, 2016, p.97-98).

A crise da indústria fonográfica, segundo Wilson Vieira Lannes em *A crise e as novas fronteiras para a indústria fonográfica* (2009), tem seu início em 1987 com o surgimento do mp2, um formato de áudio criado por um grupo de cientistas alemães e que era utilizado para transmitir arquivos de áudio para rádios e televisões. Posteriormente, em 1993, dois estudantes americanos criaram a Internet Underground Music Association (IUMA), o primeiro site de música online. Neste site artistas e grupos musicais podiam divulgar seu material gravado e compartilhá-lo, por meio de arquivos mp2, com os usuários do site (LANNES, 2009, p. 45). Ainda na década de 1990 surgiria o arquivo mp3, citado anteriormente, e demais sites com o mesmo intuito iriam aparecer e dar, portanto, o ponta pé inicial na crise do mercado dos discos físicos.

Em *Indústria fonográfica e a nova produção independente: o futuro da música brasileira?* (2006), De Marchi discute o declínio do mercado da música, no que diz respeito ao comércio de gravações sonoras, as consequências disso para grandes e pequenas gravadoras e como ele enxerga o futuro dessas empresas. Segundo o autor o termo “crise” deve ser substituído

por “reorganização da cadeia produtiva”, afirmando que, mesmo com o crescimento da produção independente, as grandes gravadoras ainda teriam forte influência no rumo do mercado no futuro (179-180).

Dez anos depois, em *A destruição criadora da indústria fonográfica brasileira, 1999-2009: dos discos físicos ao comércio digital*, De Marchi confirma essa reorganização da indústria ao afirmar que:

as grandes gravadoras continuam com suas políticas de investimentos pontuais e limitados no cenário musical local, apostando basicamente em artistas de grande vendagem, além de se valerem de seus catálogos internacionais. O que parece haver de novidade é seu investimento nas redes digitais e as parcerias que estabelecem com agentes de outros setores industriais. Atualmente, é possível encontrar os catálogos das grandes gravadoras em operação no Brasil em todas as plataformas digitais seja de venda por download seja de subscrição para streaming (2016, p.205).

Porém, além dessa afirmação ter sido feita há cinco anos e mesmo que de fato tenha acontecido certa reorganização no mercado, não se pode afirmar que os lucros chegam perto do que a indústria alcançou nas décadas anteriores ou contemporâneas à digitalização da produção musical. Conseqüentemente, surgem cada vez mais questionamentos sobre a crise/reorganização da indústria fonográfica atualmente. Não foram encontradas fontes mais atuais sobre o tema.

## **1.2 Produção autônoma**

Após esse breve histórico, De Marchi aborda uma realidade bastante atual, a de músicos gravando e produzindo suas músicas sem estabelecer um vínculo com gravadoras. Em trecho do mesmo livro, o autor diz que:

afinal, com o fácil acesso aos meios de gravação e à distribuição de fonogramas através das redes digitais, além da comunicação direta com os consumidores finais dos artistas, seus fãs, tornou-se possível (e, em muitos casos, preferível) que os próprios artistas gerenciassem suas carreiras (2016, p.180).

O avanço tecnológico possibilitou o fácil acesso aos meios de produção e, como aponta o trecho citado, a gestão da própria carreira por parte dos artistas passou a ser uma possibilidade muitas vezes mais atrativa.

Outros autores que enfatizam esse modelo autônomo de negócio na indústria fonográfica são Mauro Rocha Côrtes (e demais autores) e Branco Di Fátima. Em *A cauda longa e a mudança do modelo de negócio no mercado fonográfico: reflexões acerca do impacto das novas tecnologias* (2008), os autores discutem como essas inovações tecnológicas trouxeram mudanças significativas na indústria da música. Tratando do termo “cauda longa”, de Chris Anderson, são apresentados

alguns movimentos que resultaram em um modelo de mercado atual, em que há uma grande quantidade de produtos dividida para diferentes nichos de consumidores. Ao colocarmos em análise uma certa quantidade de músicas e a popularidade que elas atingem, obtemos esse formato de cauda longa, ou seja, o número de músicas que se tornam sucessos mundiais é baixíssimo, enquanto o número de músicas que atende certos grupos específicos de consumidores é cada vez maior (CÔRTEZ, 2008, p.7).

No mesmo trabalho, os autores citam três possíveis processos que causaram essa mudança no mercado musical, tomando como base o estudo do economista Chris Anderson. A primeira dessas três forças é a da democratização das ferramentas de produção, isto é, a possibilidade de a sociedade em geral produzir material musical de qualidade principalmente por conta do acesso a equipamentos de gravação e edição, os quais eram restritos a profissionais da área até certo momento da história da fonografia. Em *A invenção dos anônimos: do home studio às redes sociais* (2012), Di Fátima reforça esse cenário ao tratar dos estúdios caseiros e de como as redes sociais e os meios de comunicação mais recentes afetaram o mercado musical. O autor comenta sobre a facilidade de produzir material de qualidade com baixo custo e em estruturas financeiramente baratas, uma vez que os estúdios caseiros, os *softwares* gratuitos e os equipamentos de gravação e mixagem passaram a ser ferramentas acessíveis para a sociedade em geral. Cursos profissionalizantes e materiais técnicos sobre gravação e mixagem, disponibilizados na internet, também alavancaram esse movimento de independência, aponta Di Fátima.

A segunda força, defendida por Chris Anderson, é a da democratização das ferramentas de distribuição. Com o avanço da internet, o contato entre produtor e consumidor estreitou drasticamente, possibilitando ao próprio artista realizar a função de distribuidor de seu material musical no meio digital. De Marchi (2016) define esses artistas como autônomos, ou seja, não têm contrato com gravadoras e divulgam suas produções por meio de suas próprias redes sociais e canais digitais. Nesse contexto vale comentar sobre algumas pequenas e médias empresas que ficam a cargo do serviço de distribuição para as plataformas musicais (Spotify, iTunes, Deezer, entre outros), mas que, não estabelecendo nenhum contrato empregatício com o artista, atuando apenas como prestadoras de serviço. Algumas dessas empresas são a CD Baby, Ditto Music e ONErpm, por exemplo.

A terceira força que Chris Anderson aponta, é a da aproximação entre oferta e demanda. No texto de Côrtes, esse tópico é abordado com base na possibilidade de propagar o material musical por meio de *websites* e *blogs*. Esses já são meios relativamente ultrapassados para os dias atuais, mas poderíamos fazer um forte paralelo com os meios comentados no parágrafo anterior, as redes sociais. Em seus perfis pessoais os artistas vendem seu produto e divulgam seus serviços diretamente ao consumir, sem intermediários. (DE MARCHI, 2016, p.175).

Um último fator a ser levantado neste tópico do trabalho é o da autonomia criativa. A partir do momento que os artistas tiveram o acesso aos equipamentos e aos conhecimentos de produção e distribuição musical, entra em questionamento a real necessidade de um produtor musical profissional. Como visto no texto de De Marchi, o produtor surge como um intermediador entre os interesses da gravadora e a estética musical do artista ou grupo musical em questão. A partir do momento que o artista tem as ferramentas para produzir seu material, ele encontra também certa autonomia criativa, podendo compor, gravar e lançar suas músicas sem a interferência de alguém “de fora”. Para analisar mais a fundo esse processo, será tomado como base a estética do *it yourself* (D.I.Y.).

Segundo Ian P. Moran, em *Punk: the do-it-yourself subculture* (2010), o movimento punk da década de 1970, junto ao surgimento de gravadoras independentes, promoveu a ideia do “faça você mesmo” no cenário. De acordo com o autor, os punks viram no D.I.Y. uma maneira de espelhar suas ideias políticas contra as organizações estatais, distanciando a ideia de que essa alternativa de produção estaria ligada unicamente ao baixo orçamento. Moran cita Black Flag, Youth Brigade, Minor Threat e Dead Kennedys como alguns grupos musicais percussores do D.I.Y nos Estados Unidos, os quais, aliados aos novos selos independentes que surgiam na época, produziram seu material musical da maneira que queriam, sem interferências externas à subcultura do punk.

Marcelo B. Conter, em *LO-FI: música pop em baixa definição* (2016), também estabelece essa relação do D.I.Y. com o cenário punk. Segundo o autor, são dois os fatores que contribuíram para a consolidação do lo-fi (termo utilizado para caracterizar um registro fonográfico de qualidade deliberadamente precária, contrário ao som “polido” chamado hi-fi, estabelecido pela indústria da música na segunda metade do século XX). O primeiro deles é o da fita cassete, tecnologia que permitiu que muitos artistas gravassem suas músicas por conta própria. O resultado não era semelhante ao do padrão estabelecido pela indústria, mas possibilitou o surgimento de nichos musicais e do *do it yourself*, segundo fator levantado por Conter. O D.I.Y. passou a caminhar lado a lado com o cenário punk da década de 1970, abrindo as portas para os grupos musicais produzirem seu material musical de acordo com as estéticas e modismos do movimento (CONTER, 2016, p.46).

### **1.3 Impactos da COVID-19**

Além, é claro, da autonomia criativa e estética citadas no tópico anterior, a opção de gravar música em estúdios caseiros, sem contratos com estúdios profissionais, também está ligada com o fator financeiro. Produzir música em casa tornou-se mais fácil, confortável e barato. O

questionamento deste trabalho, como mencionado, surgiu em 2019 e foi afetado por um fator externo mundial que causou grandes mudanças na economia da maioria das pessoas, a pandemia da Covid-19.

Em *Impactos da Covid-19 na Economia: limites, desafios e políticas* (2020), Reynaldo Rubem Ferreira Junior e Luciana Peixoto Santa Rita – Universidade Federal de Alagoas – discutem sobre o momento da economia brasileira em meio a pandemia causada pela proliferação do vírus SARS-CoV-2, com eclosão em dezembro de 2019. Segundo o texto, o Brasil foi classificado em abril de 2020, pela Organização Mundial da Saúde, como um dos epicentros da pandemia, o que levou a medidas de isolamento social, adotado como ferramenta para frear o contágio e evitar a sobrecarga dos sistemas de saúde. Com isso a demanda por bens e serviços considerados não essenciais caiu drasticamente e o desemprego atingiu valores assustadores. O Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) aponta que a taxa média anual de desocupação subiu de 11,9% no ano de 2019 para 13,5% em 2020.

Com o fato de muitos estúdios terem fechado suas portas em períodos em que houve limitação de serviços não essenciais (grupo no qual os estúdios se encaixam), acredita-se que vários artistas sofreram impactos nas suas rotinas de produção e lançamento e buscaram, conseqüentemente, meios de produzir e distribuir suas músicas diretamente de suas casas, sem estabelecer contato com estúdios profissionais. Além do acesso aos equipamentos e conhecimento de produção musical, citados no tópico anterior, a popularização das DAW (*Digital Audio Workstation*), *softwares* de gravação e edição de áudio, cresceu nesse período. Um exemplo disso é o Reaper, programa que pode ser utilizado de maneira gratuita e que vem ganhando grande notoriedade nos últimos anos. Segundo o site do próprio fabricante, desde 2017 o *software* contou com 78 atualizações de conteúdo e performance para os sistemas operacionais Windows, Mac e Linux. Somente no período de pandemia foram 26 atualizações, as quais trouxeram um número de modificações significativamente maior que atualizações em anos anteriores.

Ao juntarmos o cenário do D.I.Y com o acesso aos *softwares* e com o isolamento social, temos um contexto no qual diversos artistas passaram a produzir e lançar suas músicas de maneira autônoma, sem sequer sair de casa. Para obter-se um panorama amplo de comparação, serão abordados citamos como exemplo o álbum lançado pelo cantor e multi-instrumentista Paul McCartney e o álbum lançado por mim, como artista solo. Ambos os materiais foram lançados em 2020, gravados e produzidos pelos próprios artistas em suas respectivas casas. *McCartney III*, segundo reportagem do site UOL, completa uma trilogia de álbuns lançados sob o sobrenome do ex-Beatle (McCartney I de 1970 e McCartney II de 1980) e foi composto, gravado e produzido pelo artista em sua própria casa durante o isolamento social. O vídeo da música *Find my way* mostra como foi o processo de produção e os equipamentos e instrumentos de alta qualidade

utilizados por Paul para realizar os registros do seu décimo oitavo álbum de estúdio. Mais precisamente, segundo reportagem da revista Veja, o processo aconteceu em sua residência na cidade de Sussex, Inglaterra. O álbum foi lançado no dia 18 de dezembro de 2020 com um total de 11 faixas, de acordo com o perfil oficial do cantor na plataforma Spotify.

Em um outro contexto, temos o álbum *Inabitantes*, lançado como meu primeiro álbum solo. O processo de composição e de produção foi semelhante ao de Paul, porém com equipamentos extremamente acessíveis para a maioria das pessoas. Em linhas gerais, todos os instrumentos (baixo, guitarra e voz) foram gravados por mim utilizando a U-PHORIA UM2, uma interface de áudio de apenas dois canais e com um custo/benefício bastante valorizado no mercado. Atualmente essa interface da Behringer pode ser encontrada na faixa dos 600 a 700 reais. A bateria foi gravada por meio de instrumentos virtuais e as músicas mixadas com o auxílio de um par de monitores de áudio da Edifier, modelo R1000T4, comprados por um valor semelhante ao da interface. Esse processo de mixagem também poderia ter sido realizado por meio de fones de ouvido, uma solução ainda mais acessível.

Ao terminar o processo de produção, realizei o registro das minhas obras e dos meus fonogramas no portal da ABRAMUS (Associação Brasileira de Música e Artes) e lancei o álbum com 8 faixas em mais de 20 plataformas de *streaming* por meio da distribuidora digital Ditto Music. Lançado no dia 6 de novembro de 2020, *Inabitantes* é um exemplo de que com poucos equipamentos e com um baixo investimento é possível lançar música profissionalmente sem sair de casa e com uma qualidade de produção extremamente significativa, assim como fez Paul McCartney.

Voltando aos conceitos apresentados por Conter (2016), podemos caracterizar o exemplo de Paul McCartney e do meu álbum *Inabitantes* como parte do chamado hi-fi, pois ambos os trabalhos foram produzidos de acordo com a demanda de alta fidelidade da indústria (mesmo apresentando grande diferença em relação às limitações dos equipamentos utilizados). Porém, ainda podemos destacar outro grupo de artistas, os quais optam por produções de baixa definição, o lo-fi. Em um cenário de certa forma mais amador, o autor destaca o grupo Chimi Churris, criado por colegas de universidade na cidade de Porto Alegre. Após alguns encontros e ensaios, o grupo de amigos gravou algumas músicas e lançou um álbum chamado *É pisco férias* em 2013. O curioso é que nenhum dos integrantes tinha conhecimentos prévios para operar programas profissionais de áudio, o que resultou na gravação e edição das músicas por meio do *software* de edição de vídeo Adobe Premiere. Além disso não foram utilizados microfones profissionais para realizar as captações (CONTER, 2016, p.192).

Esses três exemplos mostram a diversidade e o leque de possibilidades que a tecnologia proporcionou, além, é claro, da aceleração desses processos com o isolamento social decorrente

da pandemia da covid-19. Paul McCartney gravou seu álbum em casa com acesso a uma gama de equipamentos e instrumentos da mais alta qualidade. Eu produzi meu álbum com equipamentos mais acessíveis e de qualidade limitada, se comparados aos melhores do mercado, porém, ainda assim, tendo como foco a alta fidelidade da produção. E, por fim, temos o exemplo do grupo Chimi Churris, que lançou seu material sem sequer utilizar equipamentos profissionais e programas voltados de fato para áudio. Com isso é possível perceber o quanto a indústria fonográfica mudou com o avanço tecnológico e com a acessibilidade a equipamentos e conhecimentos de produção musical. Atualmente, em um período pandêmico, é plenamente possível que artistas que ainda não haviam se aventurado nesse meio caseiro, tenham passado a produzir e lançar suas músicas de casa. Esse último ponto também será abordado na análise dos resultados do questionário apresentado a seguir.

## 2 METODOLOGIA

De acordo com as hipóteses levantadas sobre os motivos pelos quais artistas e grupos musicais estão deixando de contratar serviços de estúdios profissionais, foi realizado um levantamento de dados. Esses dados foram coletados por meio de um questionário de 25 questões que buscou, por meio das respostas, atender ao objetivo geral e aos objetivos específicos da pesquisa. Após o período da coleta das respostas, parte do trabalho foi dedicada à análise dos dados, variando entre respostas quantitativas e qualitativas, de acordo com o cunho de cada pergunta. Além da análise, também foram traçadas relações e comparações entre os dados coletados. O questionário foi desenvolvido na plataforma Google e, antes de ser enviado aos participantes da pesquisa, foi respondido por três colegas do curso de Música da Universidade Federal do Paraná, com o intuito de obter sugestões e realizar possíveis ajustes. Esse teste resultou em alterações pontuais na formatação e na escrita de algumas perguntas, sem interferir no conteúdo em si.

### 2.1 Questionário

O questionário foi desenvolvido com base nas hipóteses citadas e na fundamentação teórica apresentada inicialmente. Por meio dos dados coletados foi possível entender de maneira mais clara a relação de artistas e grupos musicais de Curitiba com estúdios profissionais e como a questão da produção independente está presente, ou não, nos projetos desses músicos. O formulário pode ser dividido em três grandes partes. A primeira delas, perguntas 1 a 6, busca uma contextualização e identificação do participante e do projeto musical que ele está envolvido. A parte central do questionário, perguntas 7 a 17, apresenta questões que tratam diretamente da relação do artista com estúdios profissionais e com os serviços que envolvem todo o processo de produção musical. Por fim, nas perguntas 18 a 23, são apresentadas questões que relacionam a produção de material musical com o período de isolamento social decorrente da pandemia da COVID-19 e como isso afetou, ou não, o projeto de quem está respondendo. As duas últimas perguntas, 24 e 25, encerram o questionário perguntando sobre os planos futuros (de curto a médio prazo) do artista.

A pergunta 1, que abre o primeiro bloco do questionário, pede ao participante o nome do artista ou grupo musical. Essa resposta não será divulgada na análise de dados, servindo apenas como ferramenta organizacional para a pesquisa. A pergunta 2 e 3 pedem, respectivamente, que o entrevistado indique há quanto tempo o projeto musical existe e qual o âmbito motivacional (se é

o trabalho principal do participante, uma renda complementar ou um *hobbie*). Essas perguntas serviram para contextualizar o projeto e perceber possíveis grupos na coleta de dados, de acordo com o tempo de existência e a motivação do artista ou grupo musical.

A pergunta 4 pede que seja preenchida uma tabela sobre a quantidade de músicas que o entrevistado produziu nos anos de 2017, 2018, 2019, 2020 e até o mês de abril de 2021. Especifica-se que seja assinalada a quantidade de músicas produzidas e não lançadas. Já na pergunta 5 é requisitado que o participante assinale o número de músicas de fato lançadas nesses mesmos períodos. Com essas duas questões foi possível analisar a quantidade de lançamentos, mas, também, quantas músicas foram trabalhadas e não lançadas, servindo como base de dados para as perguntas posteriores.

A pergunta 6 pede uma justificativa para o artista ou grupo musical não ter lançado nenhuma música em algum momento dos últimos quatro anos, aproximadamente. A resposta para essa pergunta é aberta (texto longo), o que trouxe resultados de acordo com a motivação inicial do projeto (respondido na pergunta 3) e, também, sobre as maiores dificuldades enfrentadas pelos participantes para lançarem material.

A pergunta 7 pede o número de músicas produzidas e lançadas (referente ao total assinalado nas questões 4 e 5) em que o artista ou grupo musical contratou algum serviço de estúdios profissionais. Essa pergunta influenciou na análise dos dados das próximas perguntas.

A pergunta 8, iniciando a segunda parte do questionário, pede que sejam assinalados os serviços que o artista ou grupo musical contratou para alguma dessas produções realizadas no período analisado (2017 a abril de 2021). Os serviços aqui levantados são os de acompanhamento para planejamento e pré-produção, ensaio, gravação parcial, gravação total, edição, mixagem, masterização e distribuição. O participante tem também a opção de assinalar as alternativas “nenhum dos serviços” ou “outro”. Em relação à pergunta anterior, a pergunta 9 pede que sejam informados os estúdios nos quais o participante contratou esses serviços. Com essa informação pode-se fazer um levantamento dos estúdios mais procurados pelo grupo participante da pesquisa. Todos os estúdios mencionados pelos participantes, com exceção do Clube Esquema Novo (inaugurado em 2018), já estavam em funcionamento em 2017. As perguntas 10 e 11 tratam, respectivamente, do processo de pré-produção e de ensaio. Pede-se que o entrevistado explique brevemente como ocorreram, ou não, essas duas etapas. A partir da hipótese de que muitos grupos musicais e artistas estão produzindo material de maneira independente, foi possível, com essas duas perguntas, entender se esses processos são realizados antes das gravações ou não.

A pergunta 12 está em formato de tabela e deve ser preenchida pelo participante. As linhas indicam os processos de gravação, mixagem e masterização e as colunas indicam os locais em que essas etapas foram realizadas (estúdio profissional, estúdio caseiro pessoal ou estúdio caseiro de

conhecido). Com os dados coletados dessa pergunta foi possível perceber como se dá o movimento da independência da produção musical e distinguir quais serviços são, ou não, requisitados pela maioria dos artistas.

As perguntas 13 e 14 questionam o participante em relação ao processo de distribuição das músicas. Na pergunta 13 pede-se que seja informado como esse processo foi realizado, caso não tenha sido feito por intermédio de algum estúdio profissional, e, na pergunta 14, são dadas algumas opções de distribuidoras digitais para que o participante assinale aquela que requisitou o serviço. A partir desses dados pretendia-se perceber o movimento de desvinculação do processo de distribuição com os estúdios, algo que historicamente é uma tendência presente no mercado fonográfico. Complementar à questão da distribuição, a pergunta 15 pede que sejam informadas as principais plataformas de *streaming* nas quais o artista ou grupo musical lançou suas músicas (como por exemplo, Spotify, Youtube Music, Deezer, Apple Music etc.).

As perguntas 16 a 19 são escalas lineares numeradas de 1 a 5. Essas questões apresentam de forma direta as hipóteses levantadas no início da pesquisa e, também, a influência do isolamento social decorrente da COVID-19 no processo de produção desses artistas no período de pandemia. A pergunta 16 pede que o entrevistado assinale o quanto a questão financeira influenciou na contratação, ou não, de um estúdio profissional para realizar alguma das etapas mencionadas na pergunta 8. A pergunta 17 pede que o participante assinale o quanto a autonomia criativa influenciou na contratação, ou não, de um estúdio profissional para realizar alguma das etapas mencionadas na pergunta 8. Já as perguntas 18 e 19, iniciando a parte final do questionário, apresentam a escala linear referente à interferência do isolamento social na contratação de algum desses serviços. Com essas três perguntas, e com os resultados levantados nas questões anteriores, foi possível obter dados quantitativos diretamente ligados às hipóteses da pesquisa, atingindo parte dos objetivos específicos.

As perguntas 20, 21 e 22 traçam uma relação entre a pandemia decorrente da COVID-19 e a busca por independência na produção de material, pedindo que o entrevistado informe se nesse período foram adquiridos conhecimentos ou equipamentos de produção musical (questões 20 e 21, respectivamente). Na pergunta 22 pede-se que o participante informe quais foram os equipamentos adquiridos, caso tenha respondido “sim” para a pergunta anterior.

A pergunta 23 pede que o entrevistado assinale os serviços que ele já havia deixado de contratar no período anterior à pandemia decorrente da COVID-19 e, na pergunta 24, se o artista ou grupo musical pretende contratar serviços de estúdios profissionais em um período de curto e médio prazo. Por fim, na pergunta 25 pede-se que o participante assinale quais serviços pretende contratar em breve. O objetivo dessas questões é gerar dados quantitativos para comparar os serviços assinalados na pergunta 8 com os serviços assinalados na pergunta 25, ou seja, comparar

o período de 2017 a 2019 com o período de 2020 e 2021 e, por fim, com a intenção futura do artista.

## 3 APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO SOBRE OS DADOS

### 3.1 Apresentação dos dados

O questionário foi enviado, por meio do Instagram, WhatsApp e e-mail, para um total de 73 artistas e grupos musicais os quais foram contatados de alguma forma pelo Espaço Bamboo Conexão Música e Arte durante o ano de 2019. Desse total apenas 26 responderam ao questionário, 44 não responderam às mensagens enviadas e 3 não quiseram participar, alegando que não se identificavam com a pesquisa. As perguntas serão referenciadas como P1, P2, P3, e assim sucessivamente, para facilitar a leitura e compreensão do texto.

As respostas da P1 não serão mencionadas neste trabalho pois, como dito anteriormente, não serão divulgados os nomes dos artistas e grupos que participaram da pesquisa. A P2, referente ao tempo de existência do projeto musical, apresentou pouca variedade nas respostas, uma vez que nenhum participante assinalou as opções de que o grupo tinha menos de um ano ou de um a dois anos, como apresenta o gráfico abaixo:

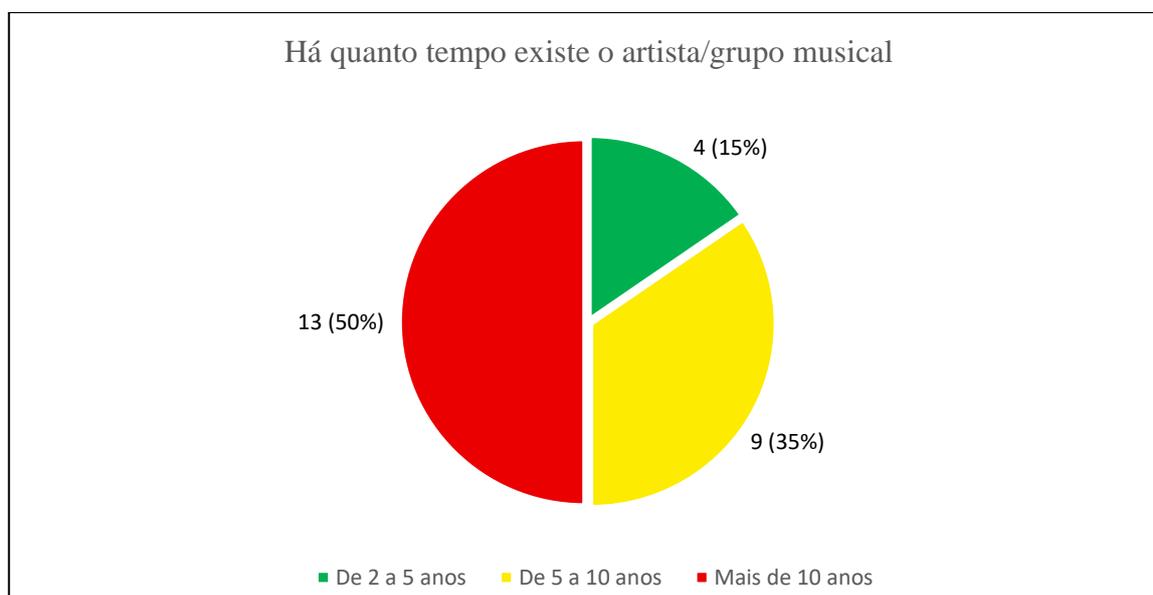


Gráfico 1 – Respostas referentes à P2

A P3 apresentou resultados bastante importantes para o desenvolvimento da pesquisa e para a análise dos dados. Por meio dela é possível visualizar os três grupos que participaram do questionário e como as respostas seguintes se enquadram em cada um deles de acordo com o objetivo e a motivação do artista ou grupo musical. O gráfico a seguir mostra que metade dos participantes tem o projeto musical como a principal fonte de renda (75% ou mais da renda total).

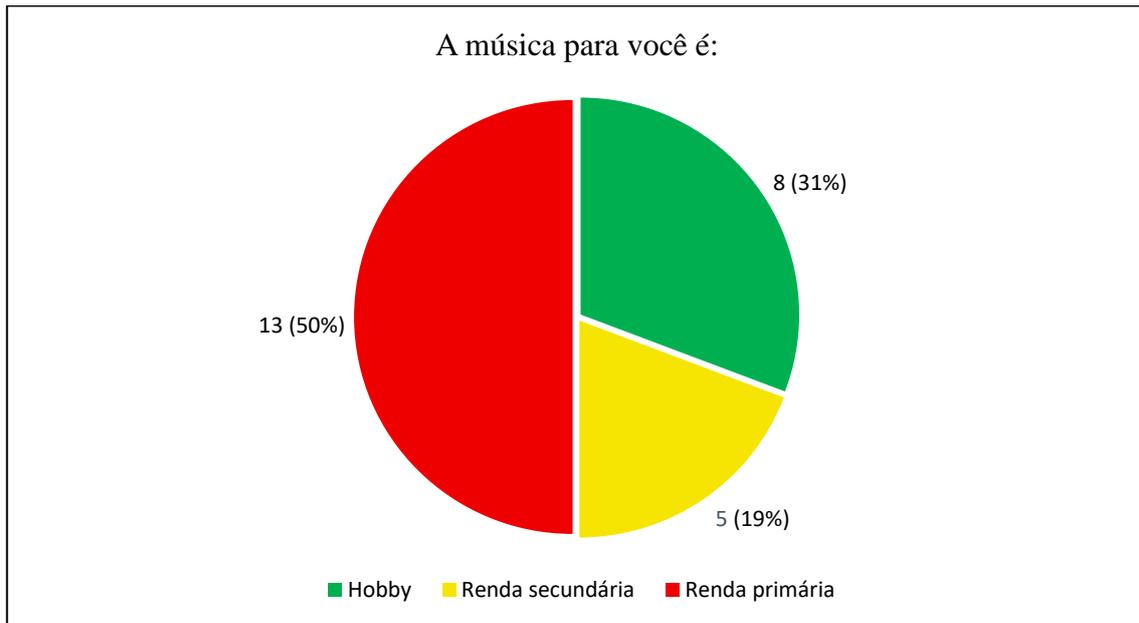


Gráfico 2 – Respostas referentes à P3

Ao compararmos os dados dessas duas primeiras perguntas, percebe-se que desses 13 participantes que têm a música como principal fonte de renda, nove deles existem há mais de 10 anos e quatro deles, de cinco a 10 anos. A partir disso é possível levantar a hipótese de que grande parte dos artistas ou grupos musicais levam pelo menos cinco anos para terem seus projetos como algo consideravelmente rentável.

A P4 e a P5 trouxeram dados de certa forma curiosos, mas também um pouco contraditórios. Requisitando que o participante preenchesse as tabelas referentes à quantidade de músicas que produziu e a quantidade de músicas que lançou em determinados períodos, é possível perceber uma quantidade de material relativamente abaixo do esperado. Ao compararmos os dados de ambas se confirma que o número de lançamentos é inferior ao número de produções realizadas, ou seja, alguns projetos pararam ou continuam na etapa de produção, imagina-se. O número de participantes que não lançaram nenhum material entre 2017 e abril de 2021 pode ser conferido no gráfico a seguir (artistas que assinalaram respostas referentes a anos anteriores à criação do projeto não foram contabilizados):

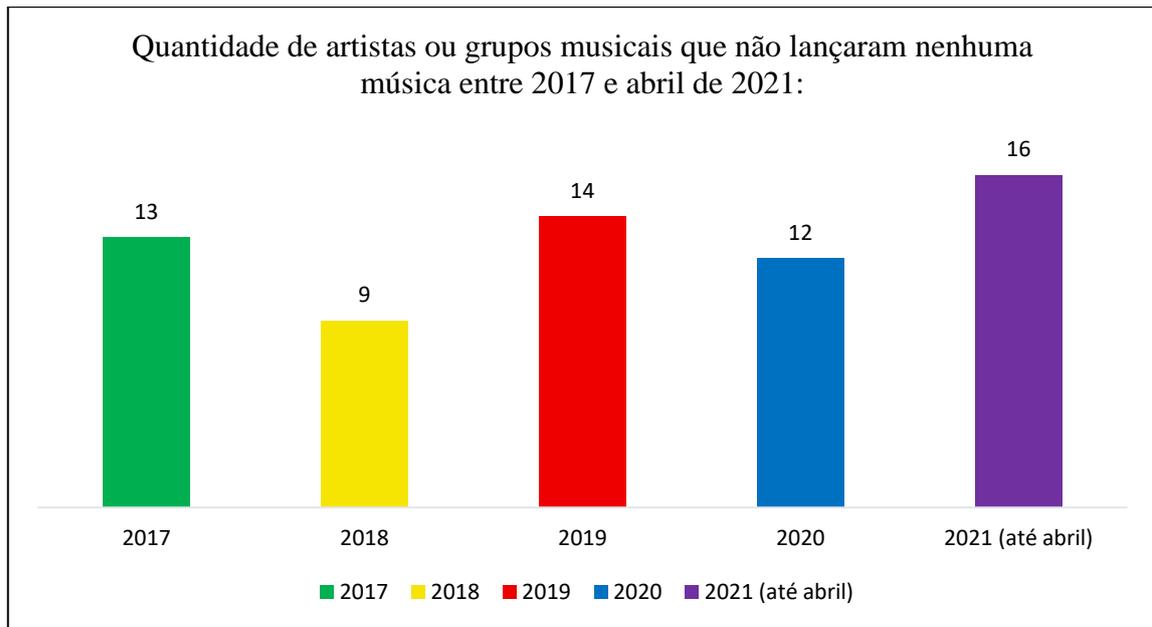


Gráfico 3 – Respostas referentes à P4

Parte dos participantes que alegaram ter a música como principal fonte de renda estão entre esses artistas e grupos musicais que não lançaram ou lançaram muitas poucas músicas de 2017 até abril de 2021. Em um primeiro momento isso parece um pouco contraditório, porém, é possível levantar a hipótese de que essas pessoas não estão tendo como maior fonte de renda a música lançada, em si, mas sim as apresentações ao vivo, a vendas de produtos relacionados à banda, entre outros. Neste próximo gráfico é perceptível a baixa quantidade de lançamentos recém mencionada:

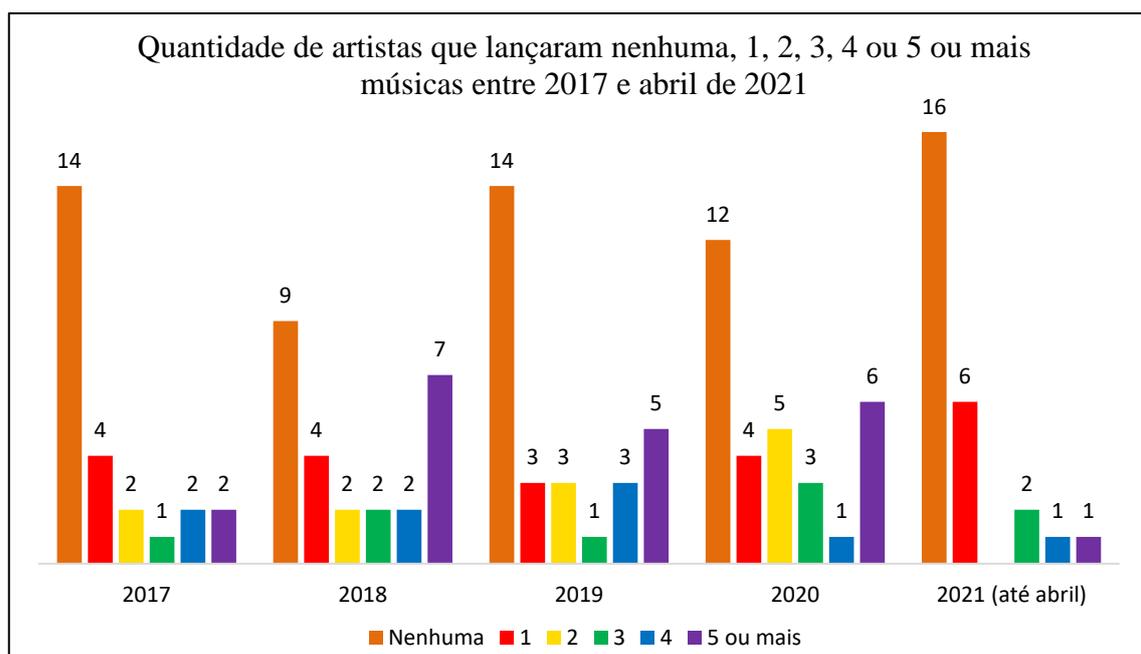


Gráfico 4 – Respostas referentes à P5

A P6, dando sequência ao que foi abordado na P5, apresentou respostas diversas sobre os motivos pelos quais o artista ou grupo musical não lançou material musical em algum dos anos abordados. São perceptíveis três principais grupos formados pelas respostas dadas. O primeiro, representado por cinco participantes, coloca a questão financeira como principal motivo para não haver lançamentos em certos anos. Já o segundo grupo, formado por três participantes, alega que a pandemia decorrente da COVID-19 foi o motivo para não terem lançado músicas (nesse caso referente aos anos de 2020 e 2021, especificamente). Por fim, o terceiro grupo, também constituído por três participantes, respondeu que o projeto musical passou por uma pausa por determinado tempo. Ainda é possível observar outras justificativas, como falta de planejamento, diferente foco do projeto (coincidiu com grupos covers) e até mesmo opção de cronograma do grupo musical, como afirma o participante número 10: “Como optamos por sempre lançar álbuns, passamos um ano produzindo e outro lançando”. Apenas 17 dos 26 participantes responderam essa pergunta.

A P7, ainda em relação à quantidade de músicas produzidas e músicas lançadas, apresenta dados relacionados a contratação ou não de estúdios profissionais para realizar a produção desses materiais. As respostas foram bastante variadas, incluindo participantes que contrataram serviços profissionais para todas as produções, que contrataram apenas para parte delas ou que fizeram o processo em estúdio caseiro. Em complemento, a P8 solicitou que o participante informasse quais serviços foram contratados nesses estúdios. Com esses dados é possível perceber a maior necessidade de serviços de gravação, edição, mixagem e masterização. A partir disso pode-se levantar a hipótese de que por essas serem etapas bastante técnicas e de certa forma exigirem experiência em produção musical, são as mais requisitadas pelos clientes. Algumas gravações mais simples já são realizadas pelos artistas, como mostra a barra “gravação parcial”, assim como o planejamento e pré-produção, até então realizados de maneira autônoma por 18 participantes, os ensaios e a distribuição. Apenas três participantes alegaram não contratar nenhum dos serviços mencionados, uma vez que produzem todo o material em estúdios caseiros. No gráfico abaixo é possível perceber a demanda de cada um dos serviços elencados para esta pesquisa (esta pergunta permitia que o participante assinalasse mais de uma alternativa):

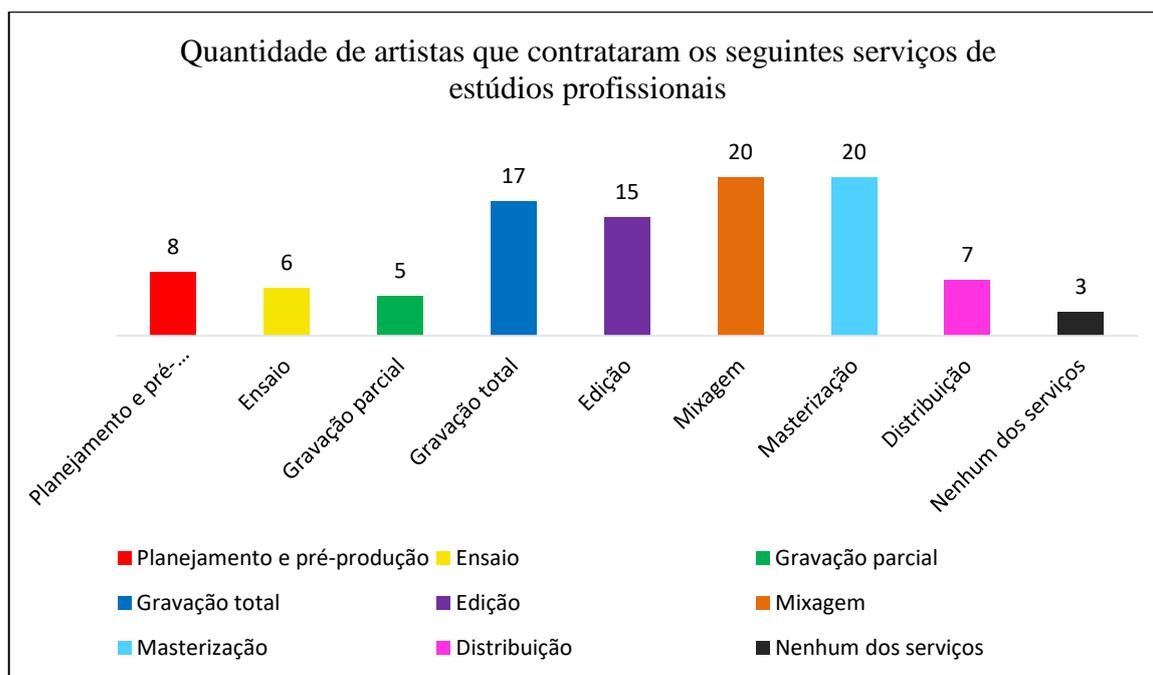


Gráfico 5 – Respostas referentes à P8

A P9 proporcionou um levantamento dos estúdios mais procurados pelo grupo de artistas e grupos musicais participantes da pesquisa. As respostas foram variadas e incluiu um estúdio situado em Santos, SP (o nome não foi divulgado pelo participante). Os três estúdios mais mencionados nessa questão foram o Nico's Studio, Click Audioworks e Espaço Bamboo Conexão Música e Arte (todos localizados em Curitiba, PR).

As perguntas seguintes, de P10 a P13 proporcionam informações interessantes sobre como os artistas e grupos musicais têm realizado determinadas etapas da produção musical de maneira autônoma, sem contratar profissionais. A P10, especificamente, perguntava se a etapa de planejamento e pré-produção era realizada mesmo sem haver a contratação de um estúdio para tal. Todos que alegaram não contratar este serviço realizam a pré-produção por conta própria, seja de certa forma mais amadora, seja de maneira profissional (alguns afirmam trabalhar profissionalmente com pré-produção). Desse total de 18 participantes, apenas um deles respondeu que o grupo musical pretende contratar profissionais para realizar essa etapa no futuro: “É realizada muito amadoramente por nós mesmos. Para os próximos lançamentos pretendemos gastar menos em produção e mais em planejamento/divulgação”. Da mesma forma, a P11 trouxe informações relacionadas aos ensaios. No total foram contabilizadas 15 respostas e apenas um desses participantes alegou que não foram realizados ensaios. Todos os outros afirmaram realizar essa parte do processo em casa/estúdios caseiros ou em locais sem custos.

Como abordado anteriormente, os processos mais técnicos da produção são os mais contratados pelos artistas e grupos musicais. O gráfico abaixo, referente à P12, mostra em quais

tipos de estúdios (estúdio profissional, estúdio caseiro pessoal ou estúdio caseiro de conhecido) os participantes realizaram os processos de gravação, mixagem e masterização. Nessa pergunta era possível que fosse assinalada mais de uma opção para cada etapa:

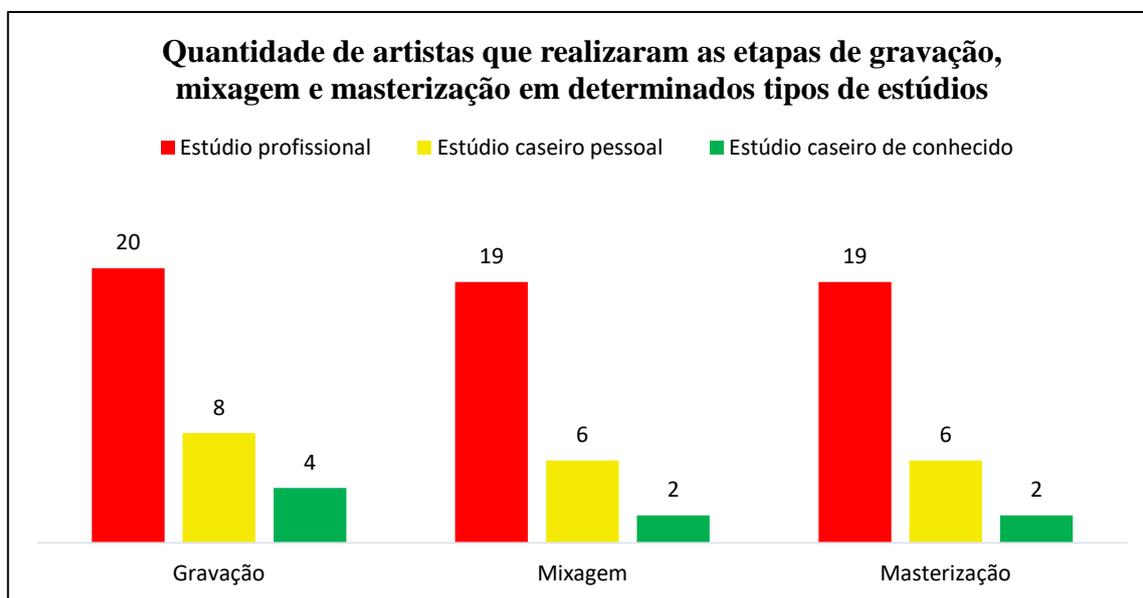


Gráfico 6 – Respostas referentes à P12

A partir da análise dessas respostas é possível confirmar o que foi levantado na P8, de que essas são as etapas com maior demanda. Porém, ainda assim percebe-se um movimento de independência por parte dos artistas e grupos musicais, uma vez que o número de estúdios caseiros, seja ele próprio ou de conhecidos, somam 12 para o processo de gravação e oito para os processos de mixagem e masterização. Desses que realizam pelo menos uma das etapas de maneira desvinculada de estúdios profissionais, três se enquadram no grupo de participantes que têm o projeto como renda secundária e cinco no grupo que têm o projeto como principal fonte de renda. Nenhum dos oito participantes que têm o projeto como hobby realizaram alguma das etapas em estúdios caseiros, o que torna possível levantar a hipótese de que quem está investindo em uma produção desvinculada dos estúdios profissionais são aqueles com um projeto financeiramente mais autônomo. Por conta disso esses artistas e grupos musicais têm a possibilidade de investir em equipamentos e conhecimentos de produção musical com o intuito de baratear suas produções em um contexto de médio e longo prazo.

A P13, da mesma forma que as anteriores, tinha por objetivo esclarecer como parte do processo de produção tem sido realizada pelos participantes, nesse caso a distribuição. Com as respostas é possível perceber uma grande maioria de artistas e grupos musicais que estão fazendo a distribuição das músicas produzidas por meio da internet, sem contratar estúdios para isso. Dos 21 participantes que responderam, 16 deles (76,2%) realizam essa etapa por meio de plataformas

de distribuição online, três (14,3%) assinalaram que um conhecido fez a distribuição por meio das plataformas de distribuição online e dois (9,5%) não realizaram os lançamentos, um deles por se tratar de uma banda cover. Segundo dados levantados na P14, as plataformas de distribuição mais utilizadas são ONErpm (6), CD Baby (5) e Tratore (4). Em menor quantidade que as anteriores, Ditto Music, IMusica e Habrock Music também foram mencionadas. Em complemento, a P15 traz os dados sobre as principais plataformas de *streaming* nas quais as músicas dos participantes foram disponibilizadas. Como esperado, a maioria lançou seu material em plataformas como Spotify, Deezer, YouTube Music e Apple Music.

A P16 tinha por objetivo analisar diretamente um dos motivos pelos quais os artistas e grupos musicais estão deixando de contratar todos ou alguns dos serviços de estúdios profissionais, a questão financeira. Em média, o valor para a produção de uma única faixa, pacote bastante recorrente em estúdios, gira em torno de 1.000 (mil) reais. Se abordarmos algumas das etapas separadamente, os valores são aproximadamente de 100 reais a hora de estúdio para ensaio ou gravação, 100 reais para a edição, 200 reais para a mixagem e 100 reais para a masterização. O gráfico abaixo mostra o quanto essa questão influenciou na contratação de um estúdio para realizar todas ou alguma das etapas da produção.

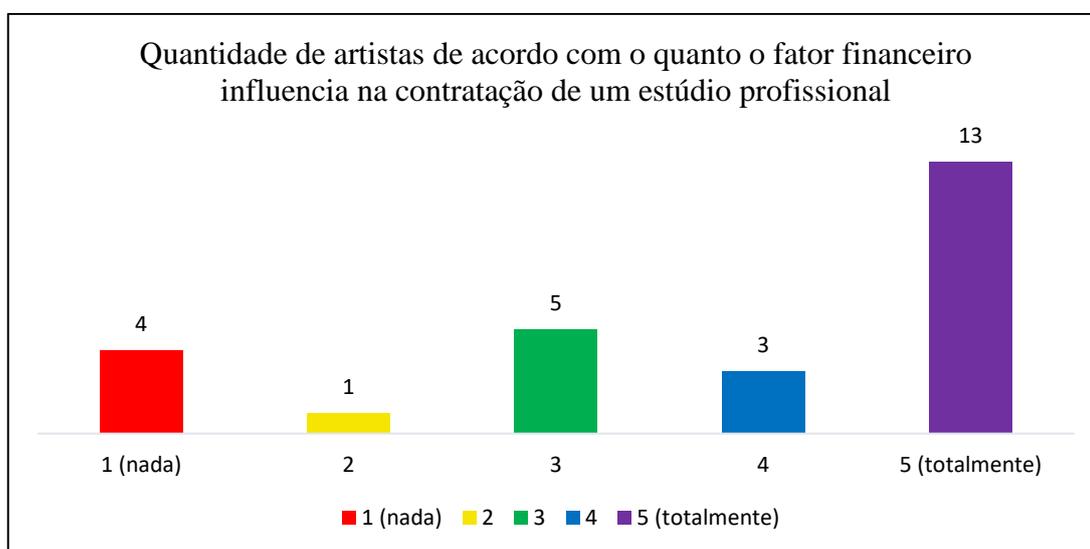


Gráfico 7 – Respostas referentes à P16

De acordo com o gráfico, metade dos participantes assinalaram que o fator financeiro é totalmente determinante na escolha de um estúdio profissional. Desses 13, sete deles têm o projeto musical como principal renda, dois como renda secundária e quatro como hobby. Porém, ao analisarmos os números proporcionalmente em cada grupo, esses números são próximos. Os sete participantes que têm o projeto como principal renda e assinalaram que o fator financeiro é determinante nessa escolha, representam aproximadamente 54% do seu grupo. Os dois

participantes que têm o projeto como renda secundária e assinalaram que o fator financeiro é totalmente determinante nessa escolha, representam 40% do seu grupo. Por fim, os quatro participantes que têm o projeto como hobby e assinalaram que o fator financeiro é totalmente determinante nessa escolha, representam 50% do seu grupo.

Analisando o outro extremo da escala proposta na pergunta, é perceptível um resultado um pouco contrastante dentro da fatia de participantes que tem o projeto musical como principal fonte de renda. Três dos quatro que assinalaram que a questão financeira é indiferente para contratar um estúdio são desse grupo. Porém, se analisarmos os resultados daqueles que têm o projeto como hobby, é possível tirar conclusões mais homogêneas. Além dos que marcaram o grau 5 da escala, um participante desse grupo assinalou o grau 4, três o grau 3 e nenhum assinalou os graus 1 e 2. Ou seja, o fator financeiro tem maior peso para essa fatia em específico, possivelmente pela hipótese de que é um grupo de artistas e grupos musicais que não têm retorno financeiro por meio do projeto ou que não têm o interesse de gerar renda por meio da sua música, diferente daqueles que têm boa parte da renda proveniente de suas produções. Isso se sustenta ao analisarmos o grupo dos que têm o projeto como renda secundária. Dois dos três participantes que assinalaram o grau 4 são dessa fatia e apenas um dos que marcaram o grau 1 (nada) é desse grupo.

A P17, como mostra o gráfico abaixo, tem o mesmo formato da pergunta anterior, porém analisa o quanto a autonomia criativa influencia na contratação de um estúdio profissional.

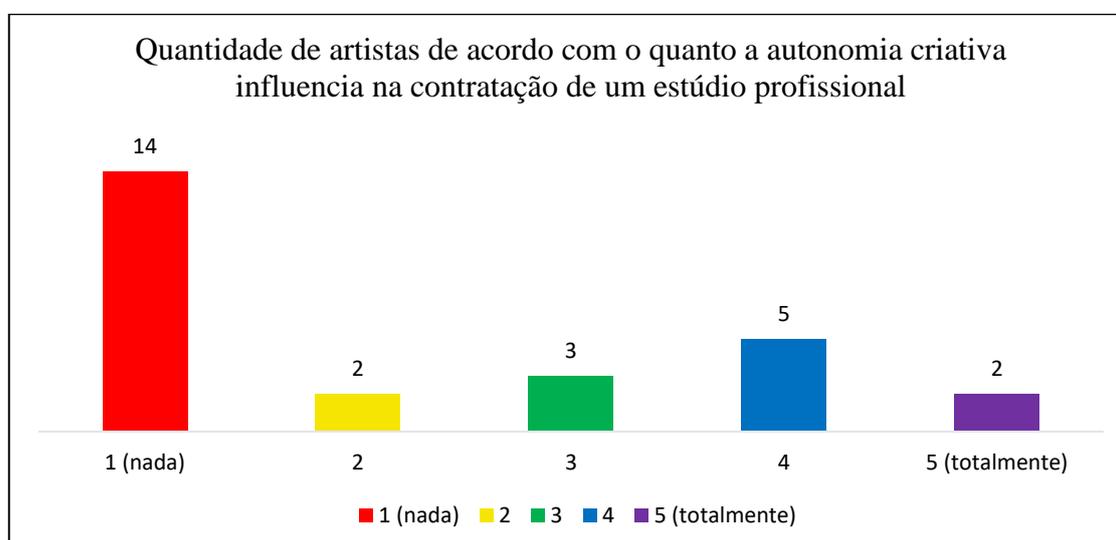


Gráfico 8 – Respostas referentes à P17

Se compararmos os extremos desse gráfico com o gráfico da P16, referente ao fator financeiro, percebemos um resultado quase que totalmente oposto. Dessa vez mais da metade (54%) assinalou que a autonomia criativa não influencia de maneira alguma na contratação de um estúdio profissional. Analisando os resultados com base nos mesmos grupos da pergunta anterior

(participantes divididos de acordo com a relação renda e projeto musical), é perceptível que os grupos daqueles que têm o projeto como hobby ou renda secundária são os que assinalaram, majoritariamente, que a autonomia criativa não influencia nessa escolha. Apenas um participante desses dois grupos assinalou o grau 5 (participante do grupo daqueles que têm o projeto musical como hobby), dois (um de cada grupo) assinalaram o grau 4 e um assinalou o grau 3 (participante do grupo que tem o projeto como renda secundária). Os demais marcaram as opções 1 ou 2.

Ao analisarmos o grupo daqueles que têm o projeto musical como principal fonte de renda temos resultados um pouco mais variados. Sete, do total de 13 participantes desse grupo, assinalaram a opção 1 (nada). Entretanto, dois marcaram o grau 3, três marcaram o grau 4 e um marcou o grau 5 (totalmente). A partir disso é possível perceber que parte dos artistas ou grupos musicais que têm o projeto como principal fonte de renda consideram a autonomia criativa um fator que influencia de certa forma na contratação de um estúdio profissional. Tendo como base o fato de que todos os participantes desse grupo alegaram que o projeto tem pelo menos cinco anos de existência, é possível levantar a hipótese de que essa autonomia criativa toma forma conforme o próprio artista ou grupo musical cria uma identidade sonora ao longo dos anos e, conseqüentemente, passa a ser um fator que influencia na escolha de um estúdio, de um profissional ou de produzir o material por conta própria.

A P18 solicitou que o participante assinalasse o quanto o isolamento social, decorrente da pandemia da COVID-19, afetou na quantidade de lançamentos durante o ano de 2020. Com as respostas, organizadas no gráfico abaixo, é possível concluir que para a maioria esse isolamento teve algum impacto. 23 de um total de 26 participantes assinalaram que esse fator afetou de alguma forma os lançamentos.

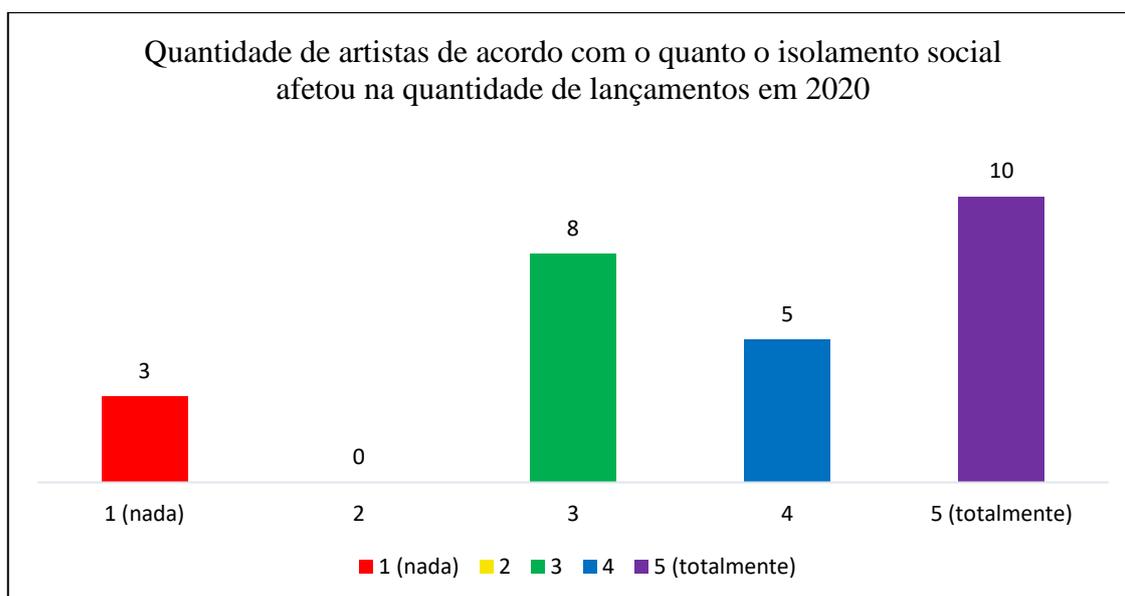


Gráfico 9 – Respostas referentes à P18

Em complemento a essas informações, a P19 tinha por objetivo entender o quanto esse impacto do isolamento social na quantidade de lançamentos tinha relação com o fato de a maioria dos estúdios passarem por períodos de acesso limitado em 2020. Analisando o gráfico a seguir e comparando-o com o gráfico da P18, é possível concluir que para cerca da metade dos participantes a questão do acesso limitado não foi, ou foi muito pouco, determinante na quantidade de lançamentos.

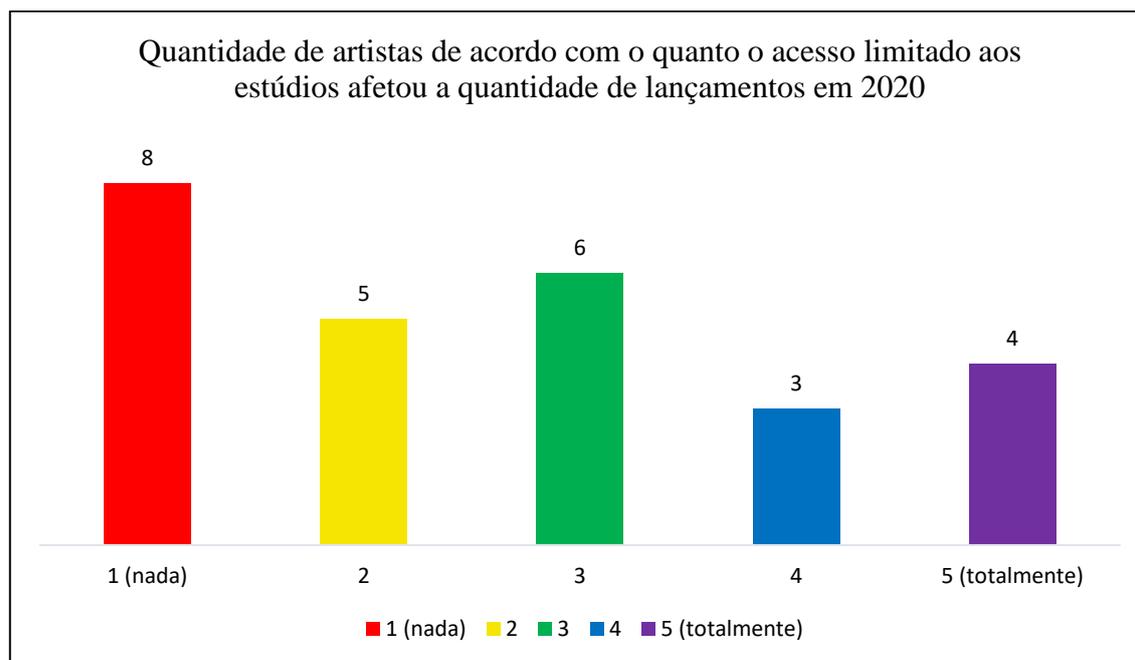


Gráfico 10 – Respostas referentes à P19

Ao comparar os dados dessas duas perguntas, levanto a hipótese de que o processo criativo dos artistas e grupos musicais foi largamente afetado durante esse período de isolamento social e que isso passou a ser um fator mais determinante do que a limitação de acesso aos estúdios. Essa hipótese pode ser sustentada pela resposta do participante número 18 na P6 (por qual motivo o artista ou grupo musical não lançou nenhuma música em algum dos anos abordados na P5): “Em 2020 faltou recurso financeiro e, com a pandemia, também faltou inspiração”.

Ainda em relação ao ano de 2020 e ao período de pandemia, a P20, P21 e P22 apresentaram resultados relevantes sobre o interesse dos participantes em aprender mais sobre produção musical. Com um questionamento direto, a P20 indica que 15 dos 26 participantes buscaram aprender mais sobre produção musical durante o período da pandemia da COVID-19, enquanto 11 participantes assinalaram a alternativa “não”. A P21, em complemento, mostra que desses 15 participantes que assinalaram “sim”, oito deles adquiriram algum equipamento ou curso. Com isso conclui-se que os outros sete utilizaram de fontes gratuitas para expandir seus

conhecimentos de produção. Mais uma vez é interessante analisar os dados dessas perguntas tomando como base os três grupos divididos de acordo com o caráter financeiro do projeto. Dos 15 participantes que aprofundaram seus conhecimentos na área, nove deles são do grupo que tem o projeto como principal fonte de renda e desses. Cinco deles investiram em equipamentos ou cursos. Já no grupo daqueles que têm o projeto como renda secundária, quatro de um total de cinco participantes buscaram aprender mais sobre produção musical. Dois deles investiram em equipamentos ou cursos. No grupo daqueles que tem o projeto como hobby apenas dois de oito participantes buscaram aprofundar os conhecimentos em produção musical e desses, apenas um investiu em equipamentos ou cursos.

A P22 apresenta quais foram os equipamentos e cursos que os artistas ou grupos musicais adquiriram no período abordado. Em termos de equipamentos e *softwares* foram citados nas respostas mesa de som, fone de ouvido, interfaces de áudio e a DAW (*Digital Audio Workstation*) Ableton Live. Os cursos que os participantes afirmam ter tido acesso são sobre DAWs, mixagem e masterização, divulgação digital e gestão de carreira.

As perguntas 23 a 25 têm por objetivo traçar um panorama geral do que foi abordado e respondido no decorrer do questionário. A P23 apresenta dados sobre quais serviços os artistas ou grupos musicais já haviam realizado por conta própria, sem contratar estúdios profissionais. Os resultados, organizados no gráfico abaixo, apresentam dados interessantes que complementam o fato dos processos de gravação, mixagem e masterização serem os de maior dependência profissional por parte dos participantes (levantado anteriormente nas P8 e P11). Nesta pergunta era possível que o participante assinalasse mais de uma opção como resposta.

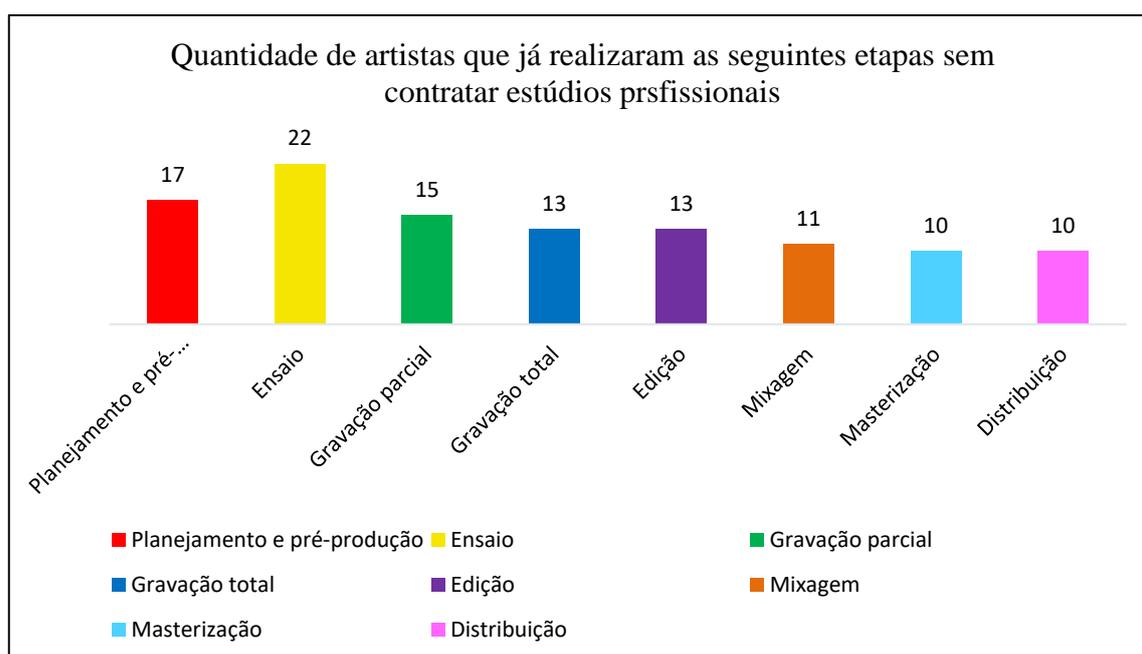


Gráfico 11 – Respostas referentes à P23

A P24 apresenta dados que abordam um período de curto e médio prazo. Em um questionamento direto sobre a intenção do artista ou grupo musical de contratar ou não serviços profissionais de produção musical tem-se os seguintes resultados: 16 (62%) participantes pretendem continuar contratando estúdios profissionais para realizar pelo menos uma das etapas de produção musical, enquanto 10 (39%) participantes não pretendem mais contratar nenhum tipo de serviço. O gráfico abaixo, referente à P25, mostra quais serviços esses 16 participantes pretendem deixar de contratar em um período de curto e médio prazo. Nesta pergunta era possível que o participante assinalasse mais de uma opção como resposta.

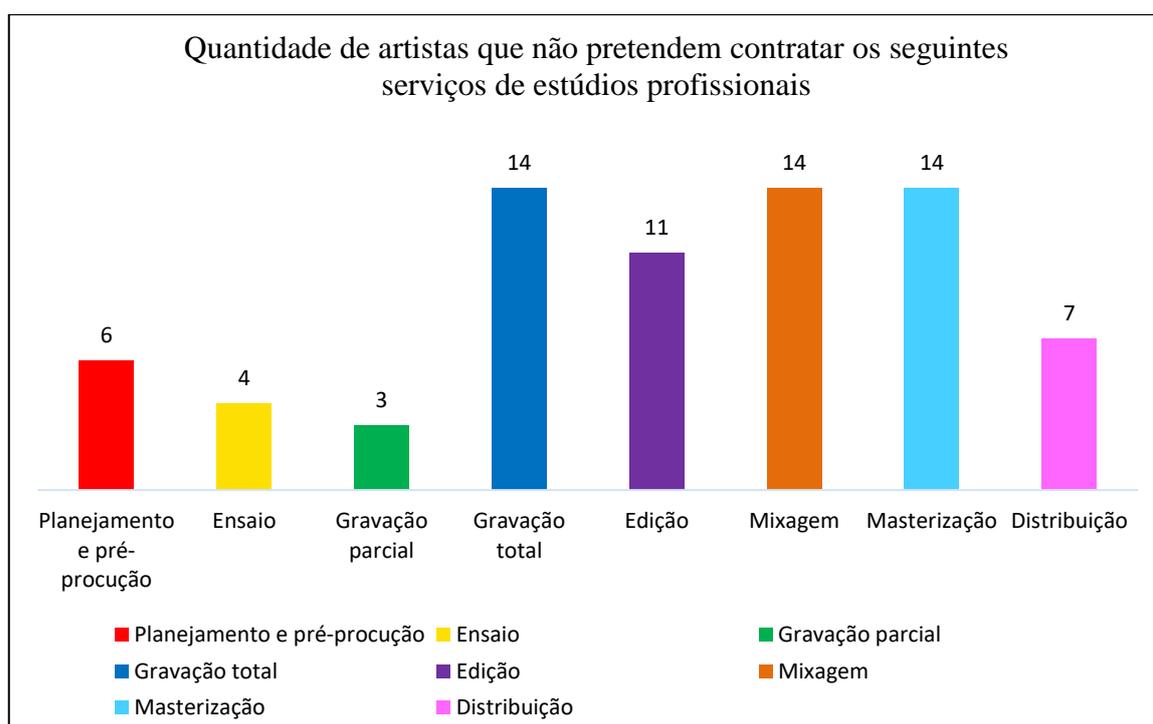


Gráfico 12 – Respostas referentes à P25

Ao compararmos os dados da P23 e da P25 é possível perceber um certo movimento nas etapas de gravação, mixagem e masterização. Como dito anteriormente, essas são etapas mais técnicas e complexas de se realizar, porém alguns participantes já demonstraram certo interesse em fazer esses processos de maneira autônoma. Na P25 os números referentes ao planejamento, ao ensaio, à gravação parcial e à distribuição são menores pelo fato de já serem etapas que os artistas ou grupos musicais realizam sem contratar profissionais, como aponta o gráfico da P23. Com isso conclui-se que uma parcela dos participantes está, de fato, buscando alternativas e meios de produzir seu material musical sem vínculos com estúdios profissionais. No próximo tópico do capítulo essa e outras conclusões que foram tiradas por meio desses dados serão desenvolvidas e discutidas com maior profundidade.

### 3.2 Discussão sobre os dados

A partir da análise dos resultados do questionário foi possível tirar algumas conclusões sobre a relação dos participantes com estúdios profissionais, como apresentado no capítulo anterior. Porém, ao comparar os dados de algumas perguntas pode-se perceber tendências e padrões em determinados grupos de artistas e grupos musicais.

A primeira análise será feita a partir do caráter financeiro dos projetos musicais, de acordo com os três grupos provenientes da P3, e a relação deles com estúdios profissionais ou caseiros. Daqueles que têm o projeto como principal fonte de renda (13 participantes), quatro produzem seu material em estúdios caseiros, seis em estúdios profissionais e três em ambas as opções. Incluindo nesta análise as respostas das P24 e P25 tem-se a informação de que desses quatro participantes que optam por estúdios caseiros, um deles pretende contratar estúdios profissionais para algumas etapas futuramente e dois dos seis que atualmente contratam estúdios profissionais pretendem passar a produzir em estúdios caseiros. Incluindo os dados das P21 e P22, é possível observar que nove dos 13 participantes desse grupo buscaram novos conhecimentos sobre produção musical e, desses nove, cinco tiveram acesso a algum curso ou equipamento no período abrangido. Dois deles são artistas ou grupos musicais que estão migrando de estúdios profissionais para estúdios caseiros, o que reforça a hipótese de que há um movimento para tentar produzir suas músicas de maneira autônoma. Outro fator que pode ter conexão com isso é a questão financeira. De acordo com a análise feita, sete participantes desse grupo marcaram a opção “5 (totalmente)” na P16 e desses, quatro produzem ou pretendem produzir de maneira autônoma futuramente. Isso mostra que cada vez mais, com o maior acesso às tecnologias e equipamentos de produção musical, é financeiramente mais acessível investir em um estúdio caseiro do que contratar serviços profissionais. Essa análise pode ser exemplificada pela figura à baixo:

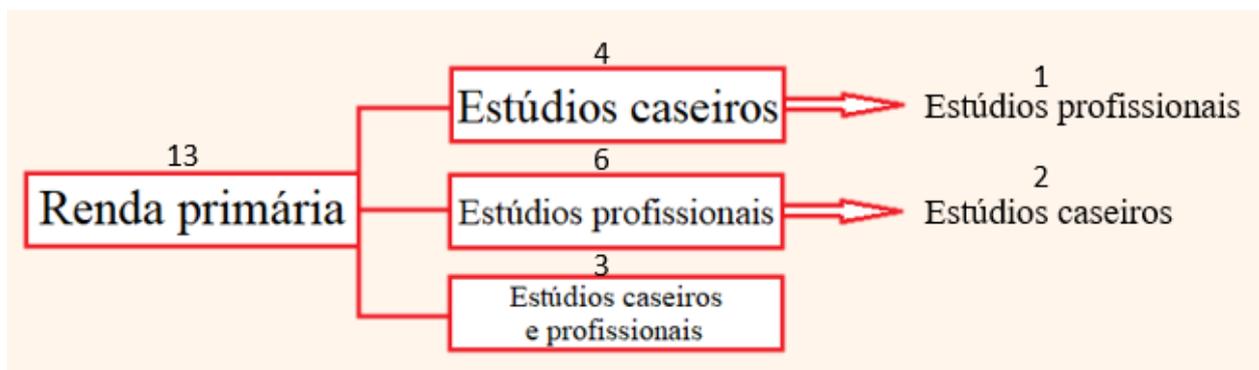


Figura 1 – Relação entre P3, P8 e P25

O segundo grupo a ser analisado é daqueles que têm o projeto musical como parte da

renda principal. Esse grupo é representado por cinco participantes, dos quais um deles produz seu material em estúdio caseiro, três em estúdios profissionais e um nas duas opções. Dos três participantes que contratam estúdios profissionais, um deles pretende migrar para a produção em estúdios caseiros em um curto/médio prazo (de acordo com as P24 e P25). Sobre equipamentos e conhecimentos de produção musical, quatro dos cinco participantes buscaram aprofundar-se na área e desses, dois tiveram acesso a cursos e equipamentos (ambos contratam estúdios profissionais para realizar suas produções). Novamente, o fator financeiro aparece como determinante para a contratação de estúdios profissionais. Dos cinco participantes desse grupo, dois assinalaram a opção “4” e dois assinalaram a opção “5 (totalmente)” na P16. Da mesma forma que na análise feita a partir daqueles que têm o projeto como renda primária, esses dados também podem ser conferidos na figura a seguir:

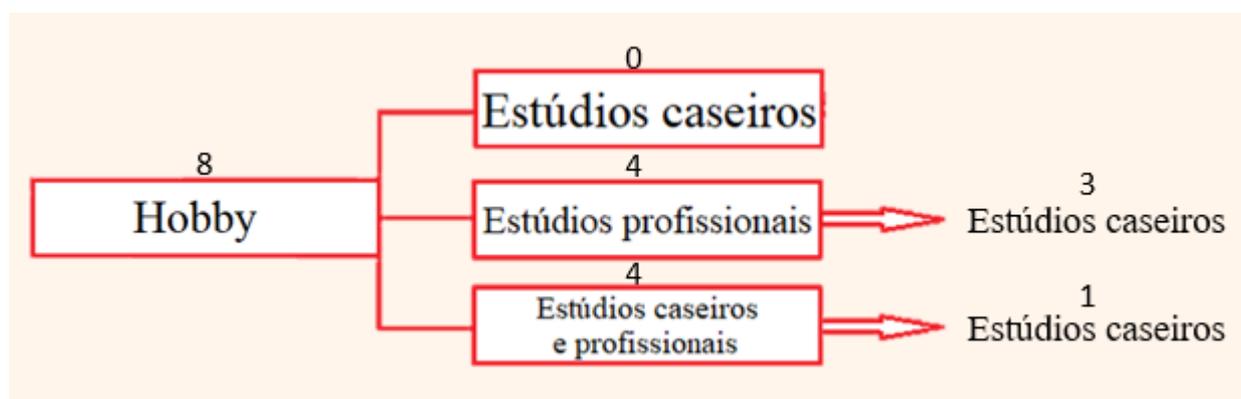


Figura 2 – Relação entre P3, P8 e P25

Por fim, foi feita a análise do grupo daqueles que têm o projeto musical como hobby. Esse grupo reúne um total de oito participantes e desses, quatro produzem seu material apenas em estúdios profissionais e quatro tanto em estúdios profissionais como em estúdios caseiros. O fato de nenhum desses participantes produzir exclusivamente em estúdio caseiro possibilita levantar a hipótese de que essa é uma prática mais comum em um contexto em que o projeto musical gera alguma renda mínima para o artista ou grupo, uma vez que os equipamentos e conhecimentos de produção musical têm um custo considerável. Por outro lado, dos quatro participantes que produzem em estúdios profissionais, três deles, de acordo com a P25 e a P26, pretendem passar a produzir em estúdios caseiros e dos quatro que produzem nas duas opções, um deles pretende passar a produzir exclusivamente em estúdios caseiros. Com isso, a hipótese recém levantada neste parágrafo é rebatida e torna-se possível concluir que, por mais que o projeto não gere uma renda significativa em relação à renda total do participante, o investimento em equipamentos e conhecimentos de produção ainda é menor do que contratar serviços de estúdios profissionais,

mesmo que a médio/longo prazo. Em relação ao fator financeiro, esse grupo foi o único do qual nenhum participante assinalou as alternativas “1 (nada)” e “2” na escala da P16. Ou seja, é a parcela de artistas e grupos musicais mais afetada pela questão financeira ao contratar estúdios profissionais. Novamente, pode-se levantar a hipótese de que isso ocorre pelo fato de não gerarem uma renda significativa com os seus projetos musicais. Esses dados podem ser exemplificados pela figura a seguir:

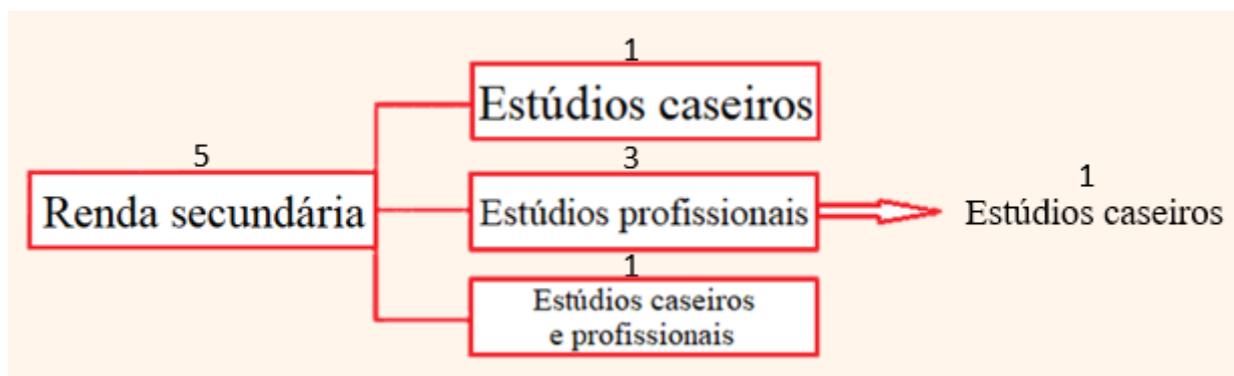


Figura 3 – Relação entre P3, P8 e P25

Com essas análises, é possível perceber que o impacto financeiro e, conseqüentemente, a busca por uma autonomia de produção, é maior nos grupos em que o projeto musical é a principal renda ou um hobby. No primeiro caso isso acontece pelo fato de ser mais econômico, a médio e longo prazo, investir em equipamentos para um estúdio caseiro e, no segundo caso, pelo fato do projeto não ter fins lucrativos para se investir na contratação de estúdios profissionais. Com base no questionário, esse movimento de desvinculação dos estúdios profissionais é bastante claro ao observarmos os resultados como um todo. Até o momento da realização da pesquisa, 21 dos 26 participantes produziram seus materiais contratando estúdios profissionais para pelo menos uma das etapas do processo. Porém, desses 21, sete deles pretendem produzir exclusivamente em estúdios caseiros no futuro.

A autonomia criativa, como hipótese levantada ao longo do trabalho para a desvinculação desses artistas e grupos musicais de estúdios profissionais, se mostrou pouco influente. Como já apresentado e discutido na primeira parte deste capítulo, esse fator é mais determinante para participantes que têm o projeto musical como principal renda. Três assinalaram “4” e um assinalou “5 (totalmente)” na escala da P17. Em contrapartida, sete participantes deste mesmo grupo assinalaram “1 (nada)”. Os demais grupos assinalaram majoritariamente os graus “1 (nada)” e “2”. A partir desses dados, é perceptível certa indiferença dos artistas e grupos musicais com essa questão, a qual, para a grande maioria, não afeta na escolha de contratar, ou não, um estúdio profissional.

Em um segundo momento pode-se estabelecer relações entre os dados coletados e alguns conceitos abordados no capítulo da fundamentação teórica. O primeiro ponto a ser destacado é o da reorganização da cadeia produtiva da indústria fonográfica, citado por De Marchi no texto *Indústria fonográfica e a nova produção independente: o futuro da música brasileira?*. Se nesse trabalho de 2006 e no livro *A destruição criadora da indústria fonográfica brasileira, 1999-2009: dos discos físicos ao comércio digital*, de 2016, o autor já discutia esse movimento na indústria, em 2021 é ainda mais visível a reorganização no meio da produção musical. Segundo De Marchi, as grandes e pequenas gravadoras continuariam tendo grande importância no mercado, estabelecendo relações com outros setores da cadeia produtiva, como as redes e distribuidoras digitais. Porém, como apontou o questionário, a reorganização parece se direcionar para além das empresas prestadoras de serviços e apontar para uma produção autônoma e caseira. Os resultados das P21 e P22 confirmam esse movimento de autonomia e desvinculação de gravadoras por meio da busca por conhecimentos e equipamentos de produção. Além disso, a P24 trouxe um dado bastante relevante para essa discussão: dez participantes, de um total de 26, não pretendem mais contratar qualquer serviço de estúdios profissionais em um período de curto/médio prazo.

A cauda longa, termo criado pelo economista Chris Anderson e transposto para o mercado musical por Mauro Rocha Côrtes (e demais autores) em *A cauda longa e a mudança do modelo de negócio no mercado fonográfico: reflexões acerca do impacto das novas tecnologias* (2008), também pode ser analisada por meio dos dados coletados. A democratização das ferramentas de produção (primeiro pilar da cauda longa) é confirmada por meio das respostas das P21 e P22, as quais apontam que muitos participantes buscaram conhecimentos e/ou equipamentos para produzir seu próprio material musical.

Em segundo lugar, a democratização das ferramentas de distribuição é a que mais se confirmou por meio do questionário aplicado. Dezesesseis participantes já realizavam essa etapa de maneira autônoma, por meio das distribuidoras digitais mencionadas na P13. E, dos que ainda contratavam estúdios profissionais para isso, sete pretendem realizar a distribuição por meio dessas empresas digitais, de acordo com os resultados da P25.

Por fim, a terceira força defendida por Chris Anderson é a da aproximação entre oferta e demanda. No contexto musical esse movimento acontece por meio das redes sociais, as quais possibilitam o contato direto do artista com seu público (CÔRTEZ, 2008). Essa é com certeza a força mais perceptível, uma vez que artistas e grupos musicais estão ativamente presentes nas redes sociais. Exemplo disso é a maneira com que os participantes do questionário foram majoritariamente contatados: por meio de seus perfis no Instagram.

Outros pontos levantados na fundamentação teórica que podem ser analisados por meio dos resultados são as consequências causadas pela pandemia da COVID-19, e o da cultura *do it*

*yourself*. Já analisada no início deste capítulo, grupo a grupo, a questão financeira mostrou-se bastante determinante para a contratação de estúdios profissionais e passou a ser um fator ainda mais influente durante a pandemia causada pela COVID-19. Porém, também foi possível perceber outras consequências ligadas a este período que não haviam sido mencionadas no trabalho antes da aplicação do questionário. Os dados coletados nas P6, P18 e P19 mostram que o fator financeiro ou o fechamento das gravadoras não foi o fator de maior influência na quantidade de lançamentos durante esse período. Como mencionado na apresentação dos dados, quase metade dos participantes alegou que o acesso limitado a estúdios não foi o principal motivo pelo qual o número de lançamentos foi reduzido, tornando possível levantar a hipótese de que a maior dificuldade enfrentada nesse período foi a do bloqueio criativo. Em contrapartida, algo que não se mostrou tão influente no processo de produção musical foi a autonomia criativa, levantada no início do trabalho ao se tratar da cultura *do it yourself*. Segundo os resultados da P17, 14 dos 26 participantes afirmaram que esse fator não influencia em nada na contratação de um estúdio profissional.

## 4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Como na grande maioria dos setores industriais, a evolução tecnológica trouxe novas formas de pensar, produzir e comercializar produtos. Assim foi na indústria fonográfica, com o surgimento dos discos de goma laca, com a popularização dos discos de vinil, com o áudio digital durante a era dos CDs, com os arquivos compactados MP2 e MP3 e, atualmente, com as plataformas de *streaming* online. Porém, a comercialização da música gravada não foi a única etapa da cadeia produtiva afetada pela crescente tecnológica das últimas décadas. Como enfatizado por De Marchi e por Côrtes, o acesso aos meios de gravação abriu as portas para que artistas e grupos musicais tomassem as rédeas da produção musical de seus projetos, criando assim certa autonomia que os desvinculou de grandes gravadoras e estúdios profissionais.

Outro fator que intensificou e acelerou esse movimento foi a pandemia causada pela COVID-19. A crise econômica e o isolamento social durante esse período, apontada por Reynaldo Rubem Ferreira Junior e Luciana Peixoto Santa Rita, fez com que artistas e grupos musicais buscassem soluções por conta própria, uma vez que os estúdios fecharam e a disponibilidade financeira da maior parte da população caiu.

Por meio do questionário aplicado, foi possível confirmar duas das três hipóteses levantadas no início do trabalho como objetivos específicos. A questão financeira, primeira delas, mostrou-se um fator bastante determinante para que os participantes contratem ou não estúdios profissionais. Além disso, constatou-se que investir em equipamentos e conhecimentos de produção musical, por mais que seja um alto investimento a curto prazo, parece valer mais a pena para alguns participantes do que continuar contratando serviços profissionais. Isso confirma a segunda hipótese levantada, a qual defendia o acesso à equipamentos e conhecimentos de produção musical como uma das forças que contribuem para a desvinculação de artistas e grupos musicais de estúdios profissionais.

A terceira hipótese, entretanto, não se confirmou. Apresentada como um dos fatores influentes nesse movimento de desvinculação, a autonomia criativa foi colocada como indiferente ou pouco influente para a maioria dos participantes da pesquisa, o que abre espaço para um estudo mais aprofundado sobre como, ou se, o trabalho criativo é desenvolvido nos estúdios profissionais. Algumas reflexões que podem ser feitas é se de fato há participação dos produtores musicais nesse processo, como e em quais etapas da produção essa participação acontece, ou se simplesmente esses profissionais têm deixado os grupos musicais trabalharem de forma independente nesse quesito e realizado apenas funções técnicas de captação e pós-produção, por exemplo.

A quantidade de lançamentos que os artistas e grupos musicais vêm realizando é outra possibilidade de estudos mais avançados. Como dito no capítulo anterior, o número de músicas lançadas no período abordado no questionário foi bem abaixo do esperado, incluindo participantes que alegam ter o projeto como principal renda. A partir disso surge o questionamento sobre qual é a maior fonte de renda desses participantes. Segundo levantamento feito pelo site The Trichordist em 2020, a plataforma Spotify, por exemplo, paga para o artista apenas US\$ 0,00348 por cada reprodução de uma música. Uma vez que esse valor é bastante baixo, qual tem sido o principal meio de gerar renda desses artistas e grupos musicais? Apenas esse retorno das plataformas é suficiente para alcançar as expectativas e cobrir as despesas ou outras formas de receita, como shows e a comercialização de produtos estilizados, por exemplo, têm sido mais eficientes?

Uma última possibilidade de aprofundamento é em relação ao período da pandemia. O questionário elaborado pode ser aplicado novamente daqui a alguns anos, com o objetivo de coletar novos dados para comparar com a atual pesquisa. Dessa forma pode se chegar a resultados contraditórios ou coincidentes e perceber o quanto o período de isolamento social e o fechamento de estúdios por alguns meses influenciou na forma com que esses participantes passaram a lidar com a produção musical.

Por meio desta pesquisa foi possível perceber alguns indícios de quais caminhos a produção musical e a indústria fonográfica estão tomando. Como músico e produtor musical consigo perceber as demandas atuais deste nicho de artistas e grupos musicais e, assim, traçar novas estratégias para encarar o mercado de trabalho. Um exemplo disso é a quantidade de participantes que, mesmo já realizando certas etapas da produção de maneira autônoma, ainda contratam ou pretendem contratar serviços profissionais para realizar a mixagem e a masterização de suas músicas. Como dito em capítulos anteriores, essas são as etapas mais técnicas e que exigem conhecimentos mais aprofundados para executar. Portanto, esses são dois serviços que podem ser visados por produtores profissionais como possibilidades de mercado e como uma forma de atender a demanda de artistas e grupos musicais que já pré-produzem e gravam suas músicas em estúdios caseiros mas que ainda não realizam a pós-produção por conta própria.

Chegando ao fim deste trabalho, percebo que responder à problemática inicial tornou-se o desafio mais simples. O que tem levado artistas e grupos musicais a se desvincular de estúdios profissionais? Com certeza, de acordo com os dados coletados e analisados, o alto custo dos serviços e, em contrapartida a isso, os valores acessíveis e a vasta disponibilidade de equipamentos e conhecimentos de produção são a resposta para explicar esse movimento de desvinculação. Agora, o que realmente tem gerado maior reflexão é: como estúdios e produtores profissionais podem acompanhar e se reinventar perante essa realidade da produção musical? Como apontou

De Marchi (2006), a crise da indústria talvez se traduza em uma constante reorganização de mercado e da cadeia produtiva.

A partir dos dados que foram apresentados é possível traçar duas possibilidades para estúdios e produtores musicais. Em primeiro lugar, como mostraram os dados do questionário, a gravação, a mixagem e a masterização são os serviços mais requisitados pelos artistas e grupos musicais e, mesmo que alguns participantes tenham demonstrado o interesse em realizar estas etapas de maneira autônoma, continua sendo uma possibilidade de investimento para esses profissionais. Uma segunda opção é a de investir na gestão e no planejamento da carreira dos contratantes. A P6 mostrou que alguns projetos musicais deixaram de produzir suas músicas por conta da falta de planejamento, pausa do projeto ou mudança de foco do grupo musical. A partir desses dados creio que esse acompanhamento é uma possibilidade de investimento para os estúdios. Ao ter a garantia de um cliente por um certo período, também é possível a redução de alguns valores cobrados pelos serviços prestados, tornando o cenário favorável tanto para contratante como para contratado.

A comercialização dos discos físicos é sem dúvidas um dos setores que mais sofre com essas rápidas mudanças, seguida de estúdios profissionais e de produtores musicais, que perdem espaço para a crescente produção caseira. Os próximos passos parecem e são, de fato, um pouco nebulosos, mas creio que cabe a cada profissional traçar seus novos meios, se integrando nessa reorganização de mercado e acompanhando, passo a passo, os caminhos que a indústria fonográfica tem tomado.

## REFERÊNCIAS

2019-2020 Streaming price bible: youtube is still the #1 problem to solve. **Trichordist**, 05/03/2020. Disponível em: <https://thetrichordist.com/2020/03/05/2019-2020-streaming-price-bible-youtube-is-still-the-1-problem-to-solve/>. Acesso em: 22/10/2021.

CONTER, M. **LO-FI: música pop em baixa definição**. Curitiba, Appris, 2016.

CÔRTEZ, M. et al. A cauda longa e a mudança do modelo de negócio no mercado fonográfico: reflexões acerca do impacto das novas tecnologias. In: ENCONTRO NACIONAL DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO, 28, 2008, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: ENEGEP, 2008. p. 1-13.

CRUZ, F. Paul McCartney grava um belo disco sozinho na quarentena. **Veja**, 18 de dezembro de 2020. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/cultura/paul-mccartney-grava-um-belo-disco-sozinho-na-quarentena/>. Acesso em: 05/08/2020

DE MARCHI, L. **A destruição criadora da indústria fonográfica brasileira, 1999-2009: dos discos físicos ao comércio digital da música**. Rio de Janeiro: Folio Digital, 2016.

\_\_\_\_\_. Indústria fonográfica e a nova produção independente: o futuro da música brasileira? **Comunicação Mídia e Consumo**. São Paulo, v. 3, n. 7, p.167-182, 2006.

DI FÁTIMA, B. A invenção dos anônimos: do home studio às redes. **Sessões do Imaginário**, Porto Alegre, v. 17, n. 27, p. 31, 2012.

JUNIOR, R; SANTA RITA, L. Impactos da COVID-19 na economia: limites, desafios e políticas. **Cadernos de prospecção**, Salvador, v. 13, n. 2, p. 459-476, 2020.

LANNES, W. **A crise e as novas fronteiras para a indústria fonográfica**. Rio de Janeiro, 2009. Dissertação (Mestrado em Gestão Empresarial Internacional) Fundação Getúlio Vargas.

MORAN, I. Punk: the do-it-yourself subculture. **Social Sciences Journal**, Danbury, v. 10, n. 1, p. 58-65, 2010.

REAPER. **Old versions**. Disponível em: <https://www.reaper.fm/download-old.php>. Acesso em: 05/08/2020.

PNAD contínua trimestral: desocupação recua em cinco das 27 UFs no 4º trimestre de 2020. **Agência IBGE notícias**, 10/03/2021. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/30236-pnad-continua-trimestral-desocupacao-recua-em-cinco-das-27-ufs-no-4-trimestre-de-2020>. Acesso em: 05/08/2020.

PAUL McCartney lança disco que gravou sozinho durante a pandemia; ouça. **UOL**, São Paulo, 18 de dezembro de 2020. Disponível em: <https://www.uol.com.br/splash/noticias/2020/12/18/paul-mccartney-lanca-disco-gravado-durante-a-pandemia-ouca.htm>. Acesso em: 05/08/2021.