Novas Perspectivas para a Cadeia Produtiva da Música: Uma Análise das Dinâmicas do Tecnobrega[1]

Cristiano OLIVEIRA[2]
Adriana CAMARGO[3]
Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia, Vitória da Conquista, BA.

RESUMO

O presente trabalho busca analisar as principais transformações ocorridas na cadeia produtiva da música ao longo da última década, período em que vivenciamos o processo de popularização das tecnologias digitais. Propomos que, ao mesmo tempo em que a tradicional indústria fonográfica tenta acompanhar esse cenário de mudanças, surgem novos circuitos que reconfiguram as etapas de produção, circulação e consumo da música. Para entender esse processo de reconfiguração, analisaremos as dinâmicas utilizadas pelo tecnobrega, gênero musical originado em Belém do Pará que se estabeleceu no mercado fonográfico a partir da livre utilização de tecnologias de comunicação.

PALAVRAS – CHAVE

Tecnologia; Música; Cadeia Produtiva; Tecnobrega.

Introdução

É notória a crise pela qual vem passando a indústria cultural tal qual a conhecemos. Com o advento das novas tecnologias, na década de 1990, e sua expansão e consolidação no século XXI, as relações entre produtor e consumidor, entre artista e público passaram por radicais transformações, trazendo mudanças substantivas para o cenário artístico. Esses fenômenos também afetaram o campo da música.

As tecnologias digitais tornaram-se onipresentes no universo musical: dispositivos portáteis que tornam a música a trilha sonora do cotidiano; músicos que gravam discos em casa por meio do computador e divulgam seu trabalho na Internet; a consolidação da prática do *download* de arquivos musicais; o surgimento de redes sociais que diminuem a distância entre artistas e público são alguns exemplos dessas

[1] Trabalho apresentado na Divisão Temática de Comunicação Multimídia, da Intercom Júnior – Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.
[2] Graduando em Comunicação Social, com habilitação em Jornalismo, pela Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia/Uesb, email: crisraves@hotmail.com.
[3] Orientadora do trabalho. Professora do curso de Comunicação Social, com habilitação em Jornalismo, da Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia/Uesb, email: camargoap@yahoo.com.br.

inovações significativas. Em função destas mudanças inéditas, cabe afirmar que a indústria da música pode ser utilizada como uma espécie de "laboratório" para observar as transformações que já estão começando a afetar os diferentes setores das indústrias culturais.

Neste artigo, buscaremos compreender como as novas tecnologias de comunicação vêm reconfigurando a produção, a circulação e o consumo musical. Como objeto de análise, utilizaremos o gênero musical tecnobrega, por considerá-lo bastante simbólico desse cenário de mudanças. Concebido na periferia de Belém, o tecnobrega nasceu distante das grandes gravadoras e dos meios de comunicação de massa, incluindo jornais, emissoras de rádio e televisão. O gênero criou seus próprios meios de produção e distribuição da música. Trata-se de uma modelo de produção cultural aberto e inovador, como afirmam Lemos e Castro (2008, p.22):

> A apropriação das novas tecnologias é chave nesse ciclo produtivo. Estúdios caseiros só foram possíveis graças ao acesso a equipamentos, computadores e programas. Mas, neste circuito, mídias como CDs e DVDs não foram abolidas, ou substituídas exclusivamente pelo formato digital. Uma rede de diversos agentes compõe a cadeia que gera trabalho, renda e acesso a cultura na região metropolitana de Belém.

Para compreender esse circuito, nosso estudo está estruturado em três partes: na primeira delas, faremos uma caracterização da cadeia produtiva da música, seus principais mecanismos, agentes e processos. Em seguida, será estabelecida uma relação entre as tecnologias digitais e os processos de produção, circulação e consumo musical. Para finalizar, estabelecemos o confronto entre teoria e prática, discutindo as dinâmicas produtivas do tecnobrega e como elas materializam os conceitos apresentados.

O que pretendemos evidenciar com essa análise não é um determinismo tecnológico, mas sim a emergência de novas vivências sociais e culturais. Conforme orienta Barbero (2006, p. 54):

> […] o que a revolução tecnológica introduz em nossa sociedade não é tanto uma quantidade inusitada de novas máquinas, mas, sim, um novo modo de relação entre os processos simbólicos – que constituem o cultural – e as formas de produção e distribuição dos bens e serviços: um novo modo de produzir, confusamente associado a um novo modo de comunicar.

Dessa maneira, a música, se configura como um campo privilegiado através da qual podemos observar o comportamento humano e sua relação com as inovações tecnológicas, que resulta em novas formas de sociabilidade e de produção cultural.

A Indústria da Música e sua Cadeia Produtiva

A indústria da musica é parte importante das indústrias culturais. O termo, criado por e Adorno e Horkheimer, é usado para caracterizar o surgimento de produtos culturais massivos (filmes, novelas, programas de rádio, peças publicitárias, histórias em quadrinhos) que circulam nos meios de comunicação de massa, fundados na lógica da padronização e da produção em série. Para os autores, a indústria cultural é um ambiente dominado pela técnica e pela hegemonia do poder econômico que tem total controle sobre o consumo da sociedade atual.

A indústria da música é uma organização dentro das indústrias culturais que engloba empresas ligadas à música como gravadoras, selos, estúdios, produtoras, escolas de música; fabricação, produção e comercialização de instrumentos musicais e equipamentos eletrônicos; inclui entidades e associações de músicos, produtores e empresários; envolve direitos autorais, mas também personagens como músicos, engenheiros, compositores, empresários, meios de comunicação, críticos.

Essa indústria estabeleceu uma forma de produzir com características próprias, uma cadeia produtiva formada por um conjunto de etapas e atividades consecutivas, que são desenvolvidas progressivamente, até a constituição de um produto final e sua colocação no mercado.

> Cadeia produtiva da economia da música é um complexo híbrido, constituído pelo conjunto de atividades industriais e serviços especializados que se relacionam em rede, complementando-se num sistema de interdependência para consecução de objetivos comuns artístico, econômico e empresarial (PRESTES FILHO, 2004, p. 29).

Trata-se, portanto, de uma série de ações que são integradas, envolvendo desde o processo de produção das músicas e dos artefatos culturais até a distribuição final dos produtos musicais. De acordo com Jambeiro (1975) a cadeia produtiva da música está estruturada em três esferas: produção, circulação e consumo.

A primeira delas, a produção, envolve o registro da música criada em algum suporte físico ou digital (LP, CD, MP3 etc), além de atividades de pós-produção, como mixagem e masterização. Já a circulação busca meios de levar a música produzida ao

mercado consumidor, seja a distribuição física, por meio de cadeias de lojas e revendedores, ou virtual, por meio de sistemas de venda ou compartilhamento de músicas online. A última etapa da cadeia é o consumo e está relacionada à forma como o público vai usufruir da música, aos modos de escuta que podem ser estabelecidos através de um toca disco, de um celular, em *players* digitais etc. Esse consumo pode acontecer individualmente, ou de forma coletiva em festas e shows, por exemplo.

A cadeia compreende ainda os setores de fornecimento de serviços e insumos, máquinas e equipamentos, bem como os setores de produção, processamento, armazenamento, distribuição e comercialização, serviços de apoio, além de todo o aparato tecnológico e institucional legal – até os consumidores finais de produtos e subprodutos da cadeia. Ou seja, a cadeia produtiva envolve um conjunto de atores sociais ligados à produção, distribuição e consumo de música em suas mais diversas vertentes – seja ela gravada e disponibilizada em formato físico ou digital, ou, ainda, relacionada aos direitos autorais e produção de shows e festivais de música – e as relações que se estabelecem entre eles.

Com o desenvolvimento tecnológico, esse modelo consolidado há décadas começa a ser questionado, como confirma Nogueira (2011, p. 146):

> Esse é, portanto, um modelo que enfrenta constante crise na medida em que a indústria passa por crises de formato (como se produz música) e de consumo (como se escuta música) e esses representantes perdem o antigo potencial quase que totalitário neste processo da música.

O tripé produção, circulação e consumo passa por uma reconfiguração e a hegemonia das grandes gravadoras, as *majors*[4], é discutida. Amadeu (2009) reitera essa ideia e afirma que essas mudanças decorrem da utilização das novas tecnologias que alteraram profundamente a cadeia produtiva da música.

> Já o processo musical no mundo das redes segue um sentido distinto. É cada vez mais influenciado pela cibercultura, ou seja, pela cultura que emerge no interior e a partir das redes informacionais, que aproveita a metalinguagem digital para realizar práticas recombinantes e retomar a cópia, a colagem, a remixagem como atividades criativas

[4] Atualmente as majors são representadas por quatro gigantescos conglomerados midiáticos transnacionais (a saber: Universal, Warner, EMI e SonyBMG, que, juntas, detêm cerca de 80% do mercado mundial de música). Essas companhias vivem hoje "um momento em que seu principal modelo de negócios – a venda de CDs – vem sendo desafiado por novas modalidades de consumo, possibilitadas pela entrada em cena das tecnologias de produção e distribuição surgidas na esteira do desenvolvimento da microinformática em escala global" (Castro, 2007: 213)

> tão importantes quanto a denominada criação original (AMADEU, 2009, p.38).

Percebe-se que as novas tecnologias de comunicação e informação estão reordenando os negócios da música ao longo dos últimos anos, retirando da indústria cultural a sua gigantesca força de intermediação e de definição de quem poderá atingir o sucesso. As redes digitais também estão ampliando o espaço da diversidade de estilos para a música da forma como nunca ocorreu em todo o período de expansão das formas de reprodutibilidade analógicas. A seguir, veremos de forma detalhada quais os impactos desse desenvolvimento tecnológico sobre cada um dos três segmentos que compõem a indústria da música.

Novas Formas de Produção, Circulação e Consumo da Música

Tomando-se os elos da cadeia produtiva citados percebe-se que as novas tecnologias de comunicação e informação têm impactos perceptíveis sobre a pré-produção (fabricação de instrumentos, equipamentos de som e gravação), a produção (criação/composição, estúdios, técnicas de gravação, mixagem, masterização etc.), distribuição (logística, divulgação/promoção, em rádio, TV, internet, shows), comercialização (lojas e outros pontos de vendas, como supermercados, livrarias, bancas de jornais, serviços de download pago) e consumo (via rádio, TV, internet, shows, por meio de equipamentos de som, em cinema, teatro, festas, bares, boates, estabelecimentos comerciais etc.).

No processo de produção da música, a introdução da tecnologia digital marcou o início de uma nova fase. Inicialmente, a novidade possibilitou o crescimento acentuado de estúdios de gravação independentes, utilizados tanto pelas *majors* como por gravadoras independentes e artistas autônomos, ainda que em número reduzido. Posteriormente, o desenvolvimento e a consolidação de computadores pessoais com maior capacidade de armazenagem e processamento e de softwares de gravação contribuíram ainda mais para o barateamento dos custos de produção, principalmente para artistas autônomos e seus *bedroom studios*.

No livro Música e Mediação Tecnológica, Fernando Iazzeta afirma que a popularização do computador pessoal, a partir dos anos 1990, colocou em ação um novo nível de interferência na prática musical.

> O computador alia à possibilidade de reprodução já presente nessas tecnologias uma série de ferramentas que vão estimular a produção musical no ambiente doméstico. De fato o computador pessoal é uma das tecnologias centrais para aquilo que alguns autores consideram como sendo a eliminação da barreira entre produção e consumo e, mais especificamente no caso da música, entre criação (composição/performance) e reprodução (IAZZETA, 2009, p.123).

A possibilidade de gravar uma música em casa, possibilitada pelas tecnologias digitais de produção, fortaleceram o desenvolvimento de circuitos alternativos de produção musical, independentes dos canais de distribuição e divulgação ainda controlados pelas *majors*. Por um lado, muitos dos circuitos de música que tradicionalmente se apoiavam e se sustentavam à margem da indústria fonográfica apenas com apresentações ao vivo (como a música folclórica, o blues, jazz e a música erudita, por exemplo) ganham outra dimensão com a tecnologia digital, que facilita a sua produção e registro. Na perspectiva da produção, as tecnologias digitais viabilizaram a produção semiprofissional que, sem a necessidade dos grandes estúdios das gravadoras, era feita pelos próprios músicos nos seus *bedroom studios*, descentralizando a produção musical.

Assim como no ramo da produção, na distribuição musical o computador também representou o surgimento de um admirável mundo novo. Primeiramente, porque possibilitou de maneira facilitada a cópia de *compact discs* (CDs). Além disso, conferiu mais autonomia ao ouvinte para produzir suas próprias coletâneas com suas músicas preferidas.

Porém, com a internet, a partir do inicio da década de 1990, surge a possibilidade da distribuição barata e de amplo alcance de conteúdo, o que era difícil e custoso enquanto havia a dependência dos suportes físicos. Seu advento, assim como o desenvolvimento de tecnologias como o MP3, mudou a distribuição das canções, que deixaram de ser dependentes dos suportes físicos. O grande impacto da internet nesse processo de distribuição se deu inicialmente através das redes de compartilhamento de arquivos virtuais, as chamadas redes P2P[5]·.

Esse processo de desmaterialização da música modificou profundamente a cadeia da indústria musical, já que as canções deixaram de ser distribuídas como um

[5] Do inglês peer-to-peer (de par para par), refere-se às redes de compartilhamento de arquivos.

bem físico, dependente de canais de distribuição, de meios de transporte e de rede de pontos de venda.

A infinita reprodutibilidade dos conteúdos digitais e a facilidade da distribuição *online* a um custo próximo de zero desafiaram as bases da indústria fonográfica.

> A transmissão de arquivos musicais na Internet muda as relações entre produtores e usuários de música. Por um lado, os produtores de música podem disseminar com facilidade a sua obra, tornando-a virtualmente acessível a milhões de pessoas sem grandes custos de distribuição. Por outro lado, os usuários podem recuperar e usar arquivos musicais sem depender da mediação da indústria fonográfica. A possibilidade de que a música circule sem um suporte físico faz com que produtores e usuários dependam menos da intermediação da indústria fonográfica. As máquinas e seus mecanismos de busca ampliam as possibilidades de encontro entre público, obras e autores (LIMA E SANTINI, 2009, p.54).

As *majors* demonstraram dificuldades em se adaptar a essa nova realidade, e sua primeira reação foi a de procurar controlar e conter as novas alternativas tecnológicas, seja por meio de processos judiciais contra redes P2P ou por meio da criação de formatos digitais proprietários e de tecnologias de proteção contra cópias ilegais. Porém, essas empresas, em um movimento subsequente, também fizeram tentativas de incorporação de atividades de venda de música online e contratos de disponibilização de conteúdo para outras redes de distribuição virtual. Por outro lado, muitas gravadoras independentes surgiram exatamente tirando proveito das oportunidades tecnológicas e desenvolvendo novos modelos de negócio a partir delas.

Por meio da distribuição digital, inúmeras bandas desconhecidas vêm conquistando seu público diretamente na Internet e nichos restritos de mercado podem tornar-se bastante lucrativos devido à conectividade da rede em escala planetária, favorecida ainda com os inúmeros dispositivos de conexão a distância, como *palms* e mesmo telefones celulares, que vêm se tornando dispositivos portáteis de convergência de mídias, aptos à comunicação e ao entretenimento.

Na esfera do consumo, a digitalização tornou possível o hábito de colecionar música em *gigabytes*. As consequências dessa desmaterialização da música são muitas e ainda precisam ser registradas. Seja pela confecção caseira de CDs, com o mix de faixas preferidas, ou da programação do computador, mp3 *player* ou do Ipod para funcionar

como uma estação de rádio pessoal, selecionando e tocando as sequências desejadas, tudo confirma que a digitalização da música possibilita novas formas de consumo.

Este tipo de apropriação social das novas tecnologias de informação deve ser ressaltado, pois assistimos a uma reconfiguração sem precedentes das relações entre produtores musicais e seu público. Segundo Pierre Lévy, trata-se do surgimento de "uma nova pragmática da criação e da audição musicais" (Lévy, 2003, p.140).

Como resposta a esse contexto de crise da indústria da música, emergem novos modelos de negócios, novas ideias, que geram trabalho e renda e se relacionam de maneira diferente com questões como direitos autorais. Um exemplo desses novos modelos é o tecnobrega.

O Tecnobrega e suas Dinâmicas Produtivas

O tecnobrega surge por volta do ano 2000, com o propósito de transformar a canção brega dos anos 60 em algo que fizesse o público dançar como nas batidas da *techno-music*. No entanto, as letras curtas e refrões pegajosos são adequações necessárias para que o brega seja novamente reinventado, e aceito pelo público jovem de Belém, que frequenta as festas e consume as músicas do gênero tecnobrega.

Em 1960, a canção brega ganha espaço em Belém do Pará, e vira elemento de distinção social, pois a definição de "brega", para muitos, significa não ter um bom gosto, o que reflete um aspecto estético da música popular brasileira. Mas, é por esse viés que a música brega estrutura sua ascensão midiática quando encontra a tecnologia digital.

> O tecnobrega nasceu da fusão da música eletrônica com o brega tradicional. Esse novo estilo musical foi criado longe das gravadoras – nacionais e locais, grandes ou pequenas – e dos meios de comunicação de massa – em especial, rádio e televisão. À margem da indústria cultural tradicional, o mercado tecnobrega se expandiu, de maneira independente, da periferia para toda a região metropolitana de Belém, da cidade para o estado do Pará, do estado para o Brasil. Hoje em dia, o estilo já é conhecido internacionalmente: rendeu reportagem no The New York Times e menção no documentário "Good Copy Bad Copy", de Andreas Johnsen, Ralf Christensen e Henrik Moltke. Essa última produção, inclusive, convidou Beto Metralha, DJ de estúdio e produtor musical da cena tecnobrega e o famoso DJ norte-americano Girl Talk para o desafi o de mixarem músicas incorporando os estilos um do outro migrantes (LEMOS; CASTRO, 2008, p. 29-30).

Misturar elementos tecnológicos e letras do cancioneiro brega romântico é praticamente a receita para se produzir um grande sucesso do tecnobrega. Isto é, criar novas composições sonoras com recursos da música eletrônica, é um meio pelo qual esse estilo se apropriou, e que por meio da democratização dos meios de produção e distribuição da música, ressalva um valor sobre uma música que não é necessariamente um gosto dominante e sim de uma parcela da ppulação que consome esse produto.

Uma característica importante desse estilo musical é justamente a dinâmica que esse processo utiliza a fim de baratear os custos com as gravações, pois assim acaba abrindo mão dos instrumentos acústicos, não realizando o pagamento de músicos. Mas isto se dá por meio dos programas de internet, como o *Soundforge* e o *Vegas*, já que as batidas eletrônicas de bateria e teclado, *sampleadas* de programas baixados, estruturam toda a falta de instrumentos, fazendo uma música barata.

Dessa forma, podemos afirmar que o tecnobrega surge a partir das apropriações tecnológicas e da utilização de sons disponibilizados pela internet, inspirada em informações sonoras, ainda que a criação de ritmos e timbres seja uma forte influência desse estilo, assim como o das guitarradas caribenhas e do carimbó tradicional da região Norte do país, de onde surge essa nova vertente musical.

O tecnobrega é realizado a partir de vários elementos sonoros, e muitos deles são utilizados por programas de remixagem e *sample*, tornando-se inúmeros e efêmeros a sonoridade que tem o estilo tecnobrega. Em um único momento podem ser criadas várias músicas, trocando um ritmo por outro, alteração de timbres, substituindo uma matriz sampleada por outra, misturando sons e garantindo sempre um novo jeito de fazer e escutar música. Em estúdios de gravação, sejam eles caseiros ou profissionais, com todo equipamento necessário, os produtores realizam estas e muitas outras manipulações utilizando *softwares*, a exemplo do PCDJ, que por sua vez é possível de se encontrar disponível na internet para "pirateamento", utilizando o *download.*

Na esfera da produção musical a própria produção do tecnobrega permite envolver diversos repertórios culturais, já que a procura por novos artistas, a construção de músicas e ritmos, caracterizando em estilos musicais formam essa categoria de iniciar a criação musical, que por fim resulta também nas relações de direitos autorais e cosmopolitismo de gêneros musicais. Na produção, são utilizadas todas as ferramentas disponíveis na tecnologia, a fim de causar efeitos, como mixagem e outras distorções que os aparelhos tecnológicos oferecem e assim continuar a trajetória da cadeia produtiva da música.

As novas tecnologias de gravação reduziram o custo total da produção musical, ou seja, facilitando o surgimento de vários produtores, gravadoras independentes, sejam elas caseiras ou não e assim consolidando os novos estilos musicais, como é o caso do tecnobrega. No entanto, o maior impacto aconteceu com o surgimento da tecnologia digital, que dessa forma o custo foi reduzido consideravelmente, isto é, consolidando ainda mais os estúdios de gravações caseiras ou independentes. Pode-se considerar que, a partir da tecnologia digital, o tecnobrega utiliza uma "produção semi-profissional que, sem a necessidade dos grandes estúdios das gravadoras, descentralizou a produção musical" (LEÃO; NAKANO, 2009, p.18).

Isso é refletido no próprio tecnobrega, que não é mais tão recente na cena musical, mas que vem se lançando e ganhando espaços na mídia e em questões sociais discutidas sobre sua forma de produção e agregação de "parafernálias" tecnológicas, sem ter a necessidade de uma gravadora profissional e que de qualquer forma acaba tendo circulação de seu produto.

A consequente apropriação de um amplo espaço de tecnologias de comunicação, de informação, entre outros disponíveis, como as chamadas comunidades digitais na *web*, os *softwares* de produção de áudio e vídeo, os sites de redes sociais, e muitos outros, são vistos como pontos indicativos para as questões de compartilhamento de arquivos, pirataria digital, *downloads*.

Os circuitos de fruição do tecnobrega são as festas de aparelhagens, que podem ser consideradas o seu grande representante, pois é onde se organiza o sujeito, espaço e música que, de alguma forma, compõem o circuito do tecnobrega. As aparelhagens já são uma tradição local, com mais de seis décadas história, porém hoje elas são verdadeiros espetáculos tecnológicos. Grandes sistemas de som e iluminação, sempre garantindo por algum momento máximo da festa, como fogos de artifícios e logomarcas voadoras, na qual surgem com o intuito de impressionar o público e garantir o sucesso das bandas e de suas festas. A primeira festa de aparelhagem de Belém com o tecnobrega foi a Rubi, que em formato de nave se movimenta no palco, além se ser representada por uma imensa pedra de rubi.

Após se apresentarem nas festas de aparelhagens, os músicos não têm mais gravadoras nem o custo de distribuir suas músicas, é nesse contexto que os camelôs e seus sistemas não oficiais de indústria e comércio participam, pois assim a música será divulgada em todo o país. Enfim, o tecnobrega assumiu a pirataria como forma de divulgação, do mesmo jeito que se utiliza das festas as bandas utilizam a pirataria como

uma forma de divulgação e circulação. Vale ressaltar que as bandas de tecnobrega sobrevivem dos seus shows, e não da venda de CDs ou de festas de aparelhagens. No entanto, as bandas do gênero precisam da divulgação nas rádios, nas aparelhagens e no camelô para fazerem sucesso e serem contratadas para shows. Por isso, que o tecnobrega é uma nova cadeia produtiva da música, totalmente descolada da economia oficial, vivendo das diversas manifestações socioculturais.

É nesse contexto, que se percebe a importância que o estilo surgido na cidade de Belém desempenha para a música brasileira, por ser um movimento cultural que proporcionou mudanças significativas no fazer música, sobretudo com ascensão das mídias eletrônicas que promovem a circulação do tecnobrega, em um momento de questionamento das tradicionais indústrias culturais. Segundo estudo realizado pela pesquisadora Oona Castro, em 2008, cerca de 6.000 postos de trabalho são ocupados pelos agentes da cadeia do tecnobrega, essa divisão ocorre da seguinte forma: diretamente relacionados às bandas um total de 1.639, às aparelhagens 4.053 e ao comércio informal 860. Ou seja, tendo como faturamento desse trabalho é a de um mercado multimilionário. O mercado de festas de aparelhagens, de acordo a pesquisadora é de quase 3 milhões de reais por mês e o de shows de bandas gira em torno de 3 a 4 milhões de reais. Enfim trata-se de um negócio que vem gerando muito dinheiro.

Cada cantor recebe em média/mensal aproximadamente 3.600 reais, incluindo outras atividades referentes à banda. Em média, apenas com o trabalho da banda o retorno financeiro fica em cerca de 1.700 reais. O cachê por show fica em torno de 1.150 reais, quando realizados nas casas de festas, 1.400 reais, com a participação de outras bandas e aparelhagens; e 2.200 reais, sem a participação de outros artistas. Já referentes a vendas de CDs e DVDs, o circuito do tecnobrega chega à 2 milhões de unidades. Enfim, o faturamento do tecnobrega não fica só nisso, existem outras fatores que compõem esse mercado e rendem muito dinheiro, fazendo com que gradativamente o tecnobrega consolide seu espaço na produção cultural e na própria indústria cultura.

Considerações Finais

Refletir sobre as rotinas de produção e difusão da música midiática, principalmente em um contexto no qual as tecnologias de comunicação e informação assumem um significado inédito na vida cultural do planeta, exigiu a compreensão de

uma série de fatores. Precisamos, incialmente, compreender o funcionamento das principais esferas da cadeia produtiva da música e como a tecnologia alterou essas rotinas produtivas.

Atraídos pela forma independente como o circuito do tecnobrega se estabeleceu, percebemos durante a análise que o gênero musical se estrutura na "contramão" das grandes corporações da indústria musical. Isso revela que seus agentes compreenderam as novas possibilidades apresentadas pela popularização da tecnologia e suas implicações com a intermediação entre as esferas da cultura midiática e indústria cultural. As proposições discutidas ao longo do artigo e a exposição da experiência do tecnobrega mostram como os estudos desenvolvidos estão bastante relacionados com os projetos concretos viabilizados pelas novas tecnologias e suas implicações sociais, econômicas e culturais.

Cabe ressaltar que a dinâmica produtiva do tecnobrega deve ser tomada não como um modelo único, mas como uma opção eficiente para outras iniciativas de produção de cultural na contemporaneidade. Percebemos que assim como o tecnobrega se estruturou de maneira orgânica, sem nenhuma ligação com grandes corporações, as alternativas encontradas para os negócios da música são, muitas vezes, fruto de experimentação dos indivíduos e que esse ciclo de mudanças continua em curso.

É interessante acompanhar as mudanças e delineamentos dessa indústria cultural inovadora e aberta para que possamos desfrutar de todas as suas potencialidades. Em suma, essa pesquisa, não pretendeu esgotar todos os temas desse universo em transformação, mas sim caracterizar a cadeia produtiva da música, as implicações das novas tecnologias nesse modelo e apresentar um exemplo prático de como um gênero musical e seus artistas podem se estabelecer no mercado. Espera-se com isso contribuir para futuros estudos que relacionem mídia, tecnologia, música e cultura. Seguramente, muitas outras abordagens poderão ser traçadas sobre a o impacto das tecnologias digitais na cadeia produtiva da música e sobre o próprio tecnobrega. Durante as pesquisas feitas para esse artigo, várias outras questões surgiram no percurso, o que nos estimula a dar continuidade em novos desdobramentos sobre o tema.

Percebemos, principalmente, que um olhar atento para realidades excluídas e longe dos grandes centros urbanos pode resultar na identificação de saídas interessantes e criativas para as reconfigurações no mundo da música.

Referências

AMADEU, S.A. A música na época de sua reprodutibilidade digital. In: PERPETUO, I.F.; SILVEIRA, S.A (Orgs). **O futuro da música depois da morte do CD.** São Paulo: Monumental Editorial, 2009.

BARBERO, J. M. Sociedade Midiatizada. In: MORAES, Dênis de (Org.). **Tecnicidade, Identidades, alteridades: mudanças e opacidades da comunicação no novo século**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2006.

CASTRO, G. Consumindo música, consumindo tecnologia. In: FREIRE FILHO, J.; HERSCHMANN, M. (Org.). **Novos rumos da cultura da mídia: indústrias, produtos, audiências**. Rio de Janeiro: Mauad. 2007.

IAZZETTA, F**.. Música e Mediação Tecnológica**.São Paulo: Perspectiva, 2009.

LEÃO, J.;NAKANO, D. O impacto da tecnologia na cadeia da música: novas oportunidades para o setor independente. In: PERPETUO, I.F.; SILVEIRA, S.A (Orgs). **O futuro da música depois da morte do CD.** São Paulo: Monumental Editorial, 2009.

LEMOS, R.; CASTRO, O. **Tecnobrega:** o Pará reinventando o negócio da música. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2008.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. Rio de Janeiro: Editora 34, 2003.

LIMA, C. R. M.; SANTINI, R. M.. Música e cibercultura. **Revista Famecos** , nº 40, p. 51-56. Porto Alegre: dez. de 2009

NOGUEIRA, B. Por uma função jornalísticas nos blogs de MP3 - Download e crítica ressignificados na cadeia produtiva da música. In: JANOTTI JR, J. S.; LIMA, T. R.; PIRES, V. A. N. (Orgs.). **Dez anos a mil: Mídia e Música Popular Massiva em Tempos de Internet**. Porto Alegre: Simplíssimo, 2011.

PRESTES FILHO, L. C. **Cadeia produtiva da Economia da Música**. Rio de Janeiro: PUC-Rio /Instituto Gênesis, 2004.