

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA
FACULDADE DE ECONOMIA**

PEDRO BARRA VIDIGAL

**A INDÚSTRIA DA MÚSICA E O DESENVOLVIMENTO DO STREAMING : UMA
ANÁLISE SOBRE OS EFEITOS DA PANDEMIA DO COVID-19**

**JUIZ DE FORA
DEZEMBRO 2023**

PEDRO BARRA VIDIGAL

**A INDÚSTRIA DA MÚSICA E O DESENVOLVIMENTO DO STREAMING : UMA
ANÁLISE SOBRE OS EFEITOS DA PANDEMIA DO COVID-19**

Monografia apresentada ao curso de Ciências
Econômicas da Universidade Federal de Juiz
de Fora, como requisito parcial à obtenção do
título de bacharel em Ciências Econômicas.

Orientadora: Prof^ª. Dr^ª. Rosa Livia Gonçalves Montenegro

JUIZ DE FORA
DEZEMBRO 2023

Ficha catalográfica elaborada através do programa de geração automática da Biblioteca Universitária da UFJF, com os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

Vidigal, Pedro Barra.

A indústria da música e o desenvolvimento do streaming : uma análise sobre os efeitos da pandemia do covid-19 / Pedro Barra Vidigal. -- 2023.

57 f.

Orientadora: Rosa Livia Gonçalves Montenegro
Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) - Universidade Federal de Juiz de Fora, Faculdade de Economia, 2023.

1. Indústria da música. 2. Plataformas de streaming. 3. Pandemia do covid-19. 4. Economia da cultura. I. Montenegro, Rosa Livia Gonçalves, orient. II. Título.



UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA
REITORIA - FACECON - Depto. de Economia

UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA
REITORIA - FACECON - Depto. de Economia

FACULDADE DE ECONOMIA / UFJF

ATA DE APROVAÇÃO DE MONOGRAFIA II (MONO B)

NA DATA DE 04/12/2023, A BANCA EXAMINADORA, COMPOSTA PELOS PROFESSORES:

1 – PROFA. DRA. ROSA LIVIA GONÇALVES MONTENEGRO- ORIENTADORA; E

2 – PROF. DR. RAFAEL MORAIS DE SOUZA- MEMBRO INTERNO,

REUNIU-SE PARA AVALIAR A MONOGRAFIA DO ACADÊMICO PEDRO BARRA VIDIGAL,

INTITULADA "A INDÚSTRIA DA MÚSICA E O DESENVOLVIMENTO DO STREAMING : UMA ANÁLISE SOBRE OS EFEITOS DA PANDEMIA DO COVID-19".

APÓS PRIMEIRA AVALIAÇÃO, RESOLVEU A BANCA SUGERIR ALTERAÇÕES AO TEXTO APRESENTADO,

CONFORME RELATÓRIO SINTETIZADO PELO ORIENTADOR. A BANCA, DELEGANDO AO ORIENTADOR A

OBSERVÂNCIA DAS ALTERAÇÕES PROPOSTAS, RESOLVEU APROVAR A REFERIDA MONOGRAFIA.



Documento assinado eletronicamente por Rosa Lívia Gonçalves Montenegro,

GERAL 02: Ata de Reunião Ata de Aprovação de Monografia II (1609800) SEI 23071.961133/2023-11 / pg. 1



Professor(a), em 05/12/2023, às 09:03, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020.



Documento assinado eletronicamente por Rafael Morais de Souza, Professor (a), em 05/12/2023, às 18:43, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020.



A autenticidade deste documento pode ser conferida no Portal do SEI-UFJF (www2.ufjf.br/SEI) através do ícone Conferência de Documentos, informando o código verificador 1609800 e o código CRC 941A3007.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, gostaria de agradecer à professora Rosa por aceitar me orientar em um prazo de tempo tão curto e por toda a ajuda prestada na elaboração deste trabalho, sem você eu não conseguiria concluir tanta coisa de forma tão rápida como fui capaz. Também gostaria de agradecer a todos os professores da faculdade de Economia e de outros departamentos da UFJF que contribuíram para a minha formação, mesmo no período de difícil adaptação da pandemia.

Gostaria de agradecer aos meus amigos de longa data de Barbacena, assim como as novas amizades feitas em Juiz de Fora. Muito obrigado PH, Maria Clara, Gustavo, João, Carol, Mariana, Ygor e a todos que não mencionei, mas que fizeram parte dessa jornada. Também preciso deixar meu agradecimento em especial à Bruna e ao Yuri, minhas primeiras amizades da faculdade, obrigado por todas as risadas e momentos juntos. Também agradeço a todos os amigos da Hail que me fizeram companhia durante a pandemia, não sei como teria conseguido sem vocês.

Por fim deixo meu obrigado à minha família que sempre me apoiou incondicionalmente, especialmente ao meu irmão Carlos, que sempre esteve junto de mim nos melhores e piores momentos e a Vó Olga por todo o amor que me deu. E o maior agradecimento a meus pais, que fazem o possível e o impossível para me ver feliz.

RESUMO

A indústria da música possui relevância econômica e social, desde as primeiras civilizações até os dias atuais. Sua conjuntura foi afetada pelo desenvolvimento de novas tecnologias, onde o mercado se direcionou para meios digitais de venda e consumo. As relações da sociedade com a indústria fonográfica foram alteradas junto de sua evolução tecnológica, especialmente após o início da pandemia do vírus Covid-19, que levou ao isolamento social de pessoas por elevado período de tempo, sendo a música um dos poucos meios de entretenimento disponíveis no momento. O objetivo geral desta monografia é analisar os efeitos que a modernização do setor de música teve em sua dinâmica de produção e consumo, além de observar as maneiras com que a pandemia contribuiu para essas mudanças. Por meio de revisão da literatura, foi possível identificar tanto os problemas quanto os principais pontos positivos que a indústria demonstrou durante o período de crise. Os resultados apontaram que o setor obteve aumento de renda causado pela inserção das plataformas de *streaming* no mercado, e as medidas de distanciamento social promoveram maior número de assinantes pagos dos serviços. Entretanto, artistas de pequeno e médio porte alegaram não serem capazes de monetizar suas produções digitais, indicando baixa eficiência dos serviços para ofertantes locais.

Palavras-Chave: Indústria da Música. Plataformas de *Streaming*. Economia da Cultura. Pandemia do Covid-19.

ABSTRACT

The music industry holds economic and social relevance, from early civilizations to the present day. Its landscape has been affected by the development of new technologies, where the market has shifted towards digital means of sales and consumption. Society's relationships with the music industry have changed alongside its technological evolution, especially after the onset of the Covid-19 virus pandemic, which led to prolonged social isolation, making music one of the few available forms of entertainment. The general objective of this dissertation is to analyze the effects that the modernization of the music sector has had on its production and consumption dynamics, as well as to observe how the pandemic contributed to these changes. Through literature review, it was possible to identify both the problems and the main positive points that the industry demonstrated during the crisis period. The results indicated that the sector experienced an income increase due to the introduction of streaming platforms into the market, and social distancing measures led to a higher number of paid subscribers to these services. However, small and medium-sized artists claimed they were unable to monetize their digital productions, indicating a low efficiency of the services for local providers.

Keywords: Music Industry. Streaming Platforms. Cultural Economy. Covid-19 Pandemic.

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1	– Número de Usuários do <i>Spotify</i> Entre 2015 – 2023	18
Gráfico 2	– Exportação de Todos os Bens Criativos por Economias Desenvolvidas e em Desenvolvimento, 2002-2020.....	19
Gráfico 3	– Participação % dos Setores Criativos no Total Mundial	21
Gráfico 4	– Importações de Bens da Indústria Criativa por Segmento (%).....	22
Gráfico 5	– Renda Global da Indústria de Música Gravada 1999 – 2022 (Bilhões de Dólares)	23
Gráfico 6	– Número Global de Assinantes <i>Premium</i> do <i>Spotify</i> do Primeiro Trimestre de 2015 até o Segundo Trimestre de 2023	47
Gráfico 7	– Renda Global Anual do <i>Streaming</i> de Música Entre 2012 e 2022 (bilhões de dólares)	48

LISTA DE QUADROS

Quadro 1	– Evolução do Número de Ocupados Formais e Informais por Ocupação	21
Quadro 2	– Revisão de Literatura dos Efeitos da Pandemia na Indústria Fonográfica.....	39

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	10
2	A IMPORTÂNCIA DA ECONOMIA DA CULTURA NA SOCIEDADE PÓS-INDUSTRIAL	13
2.1	A INDÚSTRIA DA MÚSICA: O CASO DAS PLATAFORMAS DIGITAIS.....	15
3	O CONTEXTO ATUAL DO MERCADO CULTURAL: CENÁRIO INTERNACIONAL E BRASILEIRO	19
3.1	TRAJETÓRIA DA INDÚSTRIA FONOGRÁFICA NO MERCADO GLOBALIZADO E NO BRASIL.....	22
3.2	A PANDEMIA NA PRODUÇÃO E CONSUMO FONOGRÁFICO	24
4	REVISÃO DE LITERATURA: UMA ANÁLISE DO CONTEXTO PANDEMICO E SEUS EFEITOS NA INDÚSTRIA FONOGRÁFICA.....	26
5	METODOLOGIA.....	44
6	RESULTADOS.....	45
7	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	50
	REFERÊNCIAS	52

1 INTRODUÇÃO

O consumo de cultura é parte central na vida das pessoas. Seja para se entreter, socializar, expandir seu conhecimento acerca de algum tema, preservar seu bem-estar e sua saúde mental ou demonstrar sua identidade por meio de expressões criativas, a cultura é um setor dinâmico e amplo e, como todo bem passivo de ser comercializado, é possível realizar o estudo do contexto econômico que a indústria atual se encontra.

Entre os diversos bens culturais produzidos, a música é um dos mais antigos (MORLEY, 2014), possuindo influência na formação social de grupos e sendo responsável por movimentação de capital, sendo um setor lucrativo composto por diversos agentes, artistas, empresas, casas de eventos e festivais. A indústria fonográfica foi uma das mais afetadas pela transformação tecnológica causada pela digitalização de conteúdos que antes apenas eram encontrados em meios físicos.

No início do século XXI, autores como Cvetkovski (2004) acreditavam que a queda da renda resultante do comércio de mídias musicais físicas seria o fim da indústria. Os artistas e gravadoras obtinham pagamentos pela venda de discos físicos, apresentações presenciais e direitos de performance, o que reduzia a acessibilidade dos consumidores aos novos lançamentos, que demoravam a chegar às prateleiras. Artistas precisavam de gravadoras especializadas para fazer a produção e gravação de suas músicas, criando dificuldade de entrada no setor.

Entretanto, as plataformas de *streaming* surgiram como alternativa ao consumo de CDs e DVDs, tendo rápido desenvolvimento no mercado. Sem a necessidade de ser patrocinado por grandes gravadoras, qualquer pessoa se tornou capaz de postar uma música ou álbum de forma *online*. O redirecionamento do setor da música para as mídias digitais também se beneficia de outro fator: redução de custos de produção, tendo em vista a economia em armazenamento, envio e distribuição de produtos (LIEBOWITZ, 2014; AGUIAR *et al.* 2016).

O Relatório Global da Música Gravada (IFPI, 2023) revela que a indústria da música apresentou renda declinante de 1999 até 2014, momento em que, devido ao *streaming*, o qual cresceu rapidamente, os indicadores demonstraram aumento na renda. A revitalização observada explicita novamente o tamanho que as plataformas alcançaram, e como sua consolidação se tornou inegável.

A inesperada pandemia do vírus Covid-19, enfrentada globalmente, evidenciou ainda mais a importância da cultura na conexão entre as pessoas, levando em consideração o cenário

de medidas de distanciamento e isolamento adotadas pela maior parte dos países. A indústria da música, que depende amplamente de público consumidor para se sustentar, foi obrigada a transformar-se, encontrando novos meios para atender a demanda das pessoas por entretenimento de maneira remota.

Os artistas, principalmente de pequeno porte, tiveram seu meio de trabalho reconfigurado, necessitando uma adaptação ao novo ambiente. A literatura da Economia da Cultura compreende que a indústria da música vive em momento de acelerado crescimento, onde o *streaming* foi amplamente aceito como principal meio de consumo de música. Entretanto, pouco se é discutido sobre a maneira que a indústria fonográfica física e digital se comportou durante a pandemia, tanto sob óptica dos artistas que produzem a música e organizam eventos, quanto sob a óptica dos consumidores restringidos em suas casas.

Desta maneira, esta pesquisa tem por objetivo compreender o contexto atual em que as plataformas de *streaming* se encontram, analisando sua trajetória econômica nos anos recentes, em especial durante a pandemia. Também é propósito deste trabalho compreender o mercado de trabalho de artistas afetados pelos impactos sociais causados pelo vírus e entender como os consumidores se portaram em relação à indústria, tendo o consumo da música como uma das limitadas maneiras de se entreter enquanto isolado em casa. A justificativa de escolha do tema é a importância de compreender a dinâmica indústria, que gera elevado nível de capital – 26,2 bilhões de dólares no mundo (IFPI, 2023) – promovendo seu desenvolvimento e sendo capaz de melhorar a condição de trabalho de seus agentes.

Portanto, existem duas questões a serem estudadas nesta monografia: como a indústria fonográfica foi afetada pela revolução das plataformas digitais e como a pandemia do COVID- 19 impactou os agentes, empresas e consumidores desse setor? A hipótese proposta é que os serviços de *streaming* de música transformaram a indústria, tornando-a mais acessível e rentável tanto no lado da oferta quanto da demanda, e os artistas obtiveram maiores oportunidades de produzir e divulgar seus trabalhos através de meios digitais, de forma independente. Este trabalho também propõe a hipótese que a pandemia fortaleceu o *streaming*, onde maior número de artistas passou a utilizar o serviço para expor suas produções e um maior público aderiu às plataformas durante o período de isolamento.

A análise do tema ocorre por meio de revisão de literatura de artigos e publicações do mundo inteiro acerca da indústria da música durante a pandemia, assim como estudo de dados de relatórios de empresas e instituições não governamentais para a compreensão da conjuntura do cenário.

Para a elaboração deste trabalho, o presente estudo está dividido em sete seções, incluindo a introdução. A segunda seção realiza um panorama geral da economia da cultura e sua importância na sociedade, assim como debate sobre as mudanças que as plataformas digitais causaram na indústria fonográfica. A terceira seção analisa os dados do mercado cultural no Brasil e no mundo, além de observar a trajetória da renda da indústria musical nos últimos 20 anos. A quarta seção se aprofunda na revisão de literatura disponível a respeito dos impactos da pandemia no setor, sob perspectiva econômica e social de produtores e consumidores. A quinta seção detalha a metodologia utilizada para o estudo. A sexta seção discute os resultados obtidos e o que se pode inferir a partir deles. Por fim, a sétima seção expõe considerações finais a respeito da pesquisa.

2 A IMPORTÂNCIA DA ECONOMIA DA CULTURA NA SOCIEDADE PÓS-INDUSTRIAL

A análise da cultura sob óptica da economia existe há centenas de anos, entretanto, somente foi formalizada como uma vertente de estudo a partir da década de 1960 (GOODWIN, 2006). Apesar da influência milenar da cultura no desenvolvimento socioeconômico, sendo ela característica determinante na formação identitária de uma comunidade, grupo, etnia ou região, sua literatura dedicada ainda se encontra em estágio muito recente em relação às outras áreas.

As indústrias criativas identificam a criatividade como recurso determinante no desenvolvimento de uma sociedade pós-industrial. Seu conceito originou-se em 1997, durante a gestão do primeiro-ministro britânico Tony Blair, que promoveu a Força Tarefa das Indústrias Criativas¹ (CITF), a qual foi responsável por mapear os setores criativos da sociedade e associá-los ao desenvolvimento econômico (CORAZZA, 2013). A CITF determina como setores criativos as áreas de arquitetura, artes e antiguidades, artesanato, *design*, *design fashion*, filmes e vídeos, softwares de lazer interativo, música, artes performáticas, publicidade, publicações, serviços de computador e softwares, televisão e rádio (DCMS, 2001).

De acordo com a Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento², a UNCTAD, as indústrias criativas podem ser definidas como:

Ciclos de criação, produção e distribuição de bens e serviços que utilizam criatividade e capital intelectual como principais insumos. Elas englobam um conjunto de atividades baseadas no conhecimento que produzem bens tangíveis e serviços intangíveis com conteúdo criativo, valor econômico e objetivos de mercado. A economia criativa oferece uma opção viável de desenvolvimento para todos os países, especialmente para economias em desenvolvimento (UNCTAD, 2022, p. 1, tradução nossa).

De acordo com o Plano da Secretaria da Economia Criativa (BRASIL, 2011), pasta do Ministério da Cultura do governo de Dilma Rousseff, a indústria criativa é definida como: “os setores criativos são todos aqueles cujas atividades produtivas têm como processo principal um ato criativo gerador de valor simbólico, elemento central da formação do preço, e que resulta em produção de riqueza cultural e econômica”. Dessa maneira, a indústria da cultura demonstra ser um mercado dinâmico e essencial tanto para o desenvolvimento econômico quanto para a construção da identidade de um conjunto de pessoas. O comércio dos bens culturais possui características próprias que os diferenciam dos demais, e suas implicações

¹ Creative Industries Task Force

² United Nations Conference on Trade and Development

teóricas divergem das noções clássicas de mercados onde são trocados bens homogêneos e as informações acerca da organização desses mercados são igualmente difundidas entre os agentes. Na indústria da cultura, a diversidade, o caráter único ou a raridade dos bens ofertados, associado a uma imperfeição informacional, é a estrutura predominante (VILAR, 2007).

A difusão das indústrias criativas está intrinsecamente relacionada com o conceito de inovação, tendo em vista a importância inovativa na expansão cultural. A inovação pode ocorrer de modo a aperfeiçoar estruturas já existentes (inovação incremental) ou modificar por meio da criação de algo totalmente novo (inovação radical). Essas mudanças trabalham como soluções aplicáveis para ampliar o mercado de bens criativos, em especial os segmentos em que os produtos surgem da integração entre novas tecnologias e conteúdos culturais (BRASIL, 2011).

Nesse âmbito, a música como forma de expressão artística, a qual é mais antiga que pinturas rupestres em cavernas e foi encontrada em todas as civilizações que já existiram, representa parte da identidade cultural de uma sociedade (MORLEY, 2014). Apesar de seu papel central e determinante, a música somente se tornou um bem de consumo comercializável a partir do século XX, a partir da transição entre o capitalismo baseado na racionalidade e organização de recursos, para um capitalismo sustentado no consumismo e prazer afetivo (CVETKOVSKI, 2004, p. 2, apud STRATTON, 1989, p. 31).

No Brasil, a música se consolidou na forma de indústria a partir do início do século XX. Durante o período colonial, as populações indígenas, negras e européias possuíam a música como forma de expressão artística em seu cotidiano, mas, apenas a partir da Proclamação da República em 1889 e o estabelecimento de um capitalismo pós-industrial no final do século XIX que as composições foram concebidas como bens comercializáveis (SALAZAR, 2015). O primeiro estúdio de gravação brasileiro foi aberto em 1900 na cidade do Rio de Janeiro, e utilizava o fonógrafo como aparelho de gravação e reprodução de sons.

A década de 80 teve seu mercado musical revolucionado pelo surgimento de uma tecnologia portátil, com grande capacidade de armazenamento e processamento de informações a *laser*, que tornaram os discos de vinil praticamente obsoletos: os *Compact Discs*, popularmente conhecidos como CDs (SALAZAR, 2015). Seu uso dominou o mercado durante anos, de forma que quase toda a renda obtida pela indústria fonográfica advinha das vendas de mídias físicas. A estrutura comercial da atividade musical somente tornaria a mudar a partir do século XXI, ao ser integrada pelo novo mundo digitalizado.

2.1 A INDÚSTRIA DA MÚSICA: O CASO DAS PLATAFORMAS DIGITAIS

Por muitos anos, a indústria da música foi comercialmente movida pelas vendas físicas de CDs, DVDs, discos e performances presenciais. Entretanto, o fim do século XX e início do século XXI foram marcados pelo declínio das receitas obtidas por meio das vendas, onde muitas pessoas imaginaram ser o início de um colapso da indústria fonográfica. Cvetkovski (2004) analisou a trajetória da indústria da música e os efeitos que o mundo digitalizado imputou. O autor argumenta que o contexto conjuntural da época resultaria em sérios problemas para a indústria, que enfrentava uma fuga dos mercados tradicionais, onde consumidores estavam recorrendo a produtoras independentes onde o *copyright*³ tem menor ênfase. Para que esse futuro se manifestasse, o pesquisador afirmou que uma nova organização de consumo musical necessitaria ser criada. Com a difusão tecnológica, a previsão se concretizou de forma rápida através da revolução digital, criando as plataformas de *streaming* em que as pessoas consomem músicas no dia a dia, o qual sua análise é objeto de estudo deste trabalho.

A tecnologia do *streaming* é a “tecnologia que permite a recepção de dados, sobretudo de áudio e vídeo, em fluxo contínuo à medida que vão sendo enviados, sem necessidade de baixar o conjunto total dos dados” (STREAMING, 2023). As plataformas de *streaming* permitem que o usuário consuma produtos de entretenimento, como músicas e filmes, sem ter que baixar os arquivos e armazená-los localmente, consumindo menos espaço na memória de computadores. Sua reprodução também se torna mais rápida e dinâmica, sendo obtida de qualquer lugar com acesso à internet. Contrário à pirataria, os serviços de *streaming* são legais quando utilizados por meio de serviços pagos ou plataformas gratuitas com suporte para anúncios.

Para Liebowitz (2014), grande parte do declínio dos faturamentos enfrentados pelo setor durante o início do século XXI, ou até mesmo sua totalidade, tem origem em tecnologias de compartilhamento de arquivos de forma ilegal, como por exemplo o aplicativo Napster, que dominou o mercado da música a partir de 1999. Cvetkovski (2004) também encontrou resultados semelhantes, argumentando que as perdas de receita enfrentadas por empresas ocorrem tanto por grupos de atuação ilegal altamente especializada quanto por métodos

³ Direito exclusivo de imprimir, reproduzir ou vender obra literária, artística ou científica. Marca que indica a reserva dos direitos autorais de uma obra. COPYRIGHT. In.: Dicio, Dicionário Online de Português. Porto: 7Graus, 2023. Disponível em: <<https://www.dicio.com.br/copyright/>>. Acesso em: 22/09/2023

caseiros de burlar o sistema de proteção, mesmo diante de campanhas antipirataria e processos jurídicos.

Por sua vez, a popularização da pirataria como forma de consumo de música apresentou-se, em primeiro momento, como fator devastador para a saúde do mercado musical. Cvetkovski (2004) afirmou que o único meio para que a indústria fonográfica obtivesse receita e, conseqüentemente fosse capaz de reinvestir, seria por meio dos pagamentos obtidos através do copyright (CVETKOVSKI, 2004, p. 8, apud FLEMING, 2000, p. 33). Portanto, o compartilhamento ilegal de arquivos burlava esse sistema, tornando-se uma opção mais barata e atrativa para consumidores.

Contrário ao método clássico de compra e venda de músicas em mídia física ou digital, a plataforma de *streaming* de músicas *Spotify* gera renda por meio de seus usuários assinantes, que pagam diretamente para obter a versão *premium* do aplicativo, onde possuem direito de livremente navegar pelas músicas ofertadas, e indiretamente por seus usuários gratuitos, que produzem receita ao serem expostos a propagandas. Essa receita gerada é parcialmente repassada para as produtoras, gravadoras e artistas que detêm o direito de cada faixa reproduzida (AGUIAR *et al.*, 2015).

Foi observado por Liebowitz (2014) que a perda de receita resultante da redução das vendas de discos em detrimento do consumo digital de música pode ser contrabalanceada pela redução de custos resultante do corte de despesas que incorrem nas mídias físicas, como o armazenamento, envio e distribuição desses produtos, de forma que os preços mais baixos aumentam a expectativa de venda de músicas. Entretanto, o autor encontrou dados que demonstram não somente uma diminuição da receita como também da quantidade de unidades vendidas. A redução do custo de produção que as mídias digitais geram é superado pelo impacto negativo que a pirataria impõe na indústria.

Aguiar *et al.* (2016) endossa essa tese, afirmando que a digitalização resulta em dois efeitos: queda de receitas e queda de custos, mas na prática encontra resultados diferentes dos encontrados por Liebowitz (2014). Enquanto as receitas obtidas por músicas gravadas caíram, houve um aumento no montante recebido por apresentações ao vivo e por plataformas de *streaming*, indicando que a modernização da indústria não está causando sua destruição. A quantidade de um produto da música inserido no mercado é determinada pela sua qualidade, onde sua inserção ocorre quando os custos de produção se tornam menores do que sua qualidade, de forma a atrair investimento de empresas. Entretanto, a difícil determinação da qualidade de uma música torna esse processo de decisão um trabalho árduo (AGUIAR *et al.*, 2016).

Supondo um cenário onde uma pessoa não possui acesso ao *streaming*, ela pode comprar uma música “*a la carte*”, onde o valor atribuído a essa música é maior que seu preço monetário e esse preço deve ser menor que o custo não-monetário de piratear o produto, caso contrário ela irá optar por adquirir o conteúdo ilicitamente. Caso o preço e o custo não-monetário sejam maiores que o valor atribuído a música, a pessoa deixará de consumi-la. Dessa maneira, surgirá peso-morto do consumidor na transação quando sua valorização exceder o custo marginal, mas o consumo não ocorrer. Os serviços de *streaming* surgem como alternativa para gerar receita, obtendo pagamento de usuários que recorreriam à pirataria ou de usuários que desistiriam de consumir o produto. Entretanto, quando o *streaming* substitui a compra “*a la carte*”, ocorre a perda de receita adquirida com a venda individual de cada som, de forma que a geração de receita de situações que caso contrário não iriam receber nenhum pagamento não é suficiente para afirmar que plataformas de *streaming* aumentam receitas (AGUIAR *et al.*, 2015).

Outra alteração significativa no funcionamento da indústria musical causada pela popularização do consumo digitalizado foi a possibilidade de compra de faixas avulsas dos seus álbuns, o que anteriormente não era possível. O programa de *streaming iTunes*, precursor das plataformas musicais digitais, impôs regras de venda de faixas avulsas para que produtoras pudessem ofertar suas músicas na plataforma, evidenciando que empresas acreditam que o sistema é capaz de ser rentável, visto que elas voluntariamente concordam em disponibilizar seus produtos, estando sujeitos à essas regras (LIEBOWITZ, 2014).

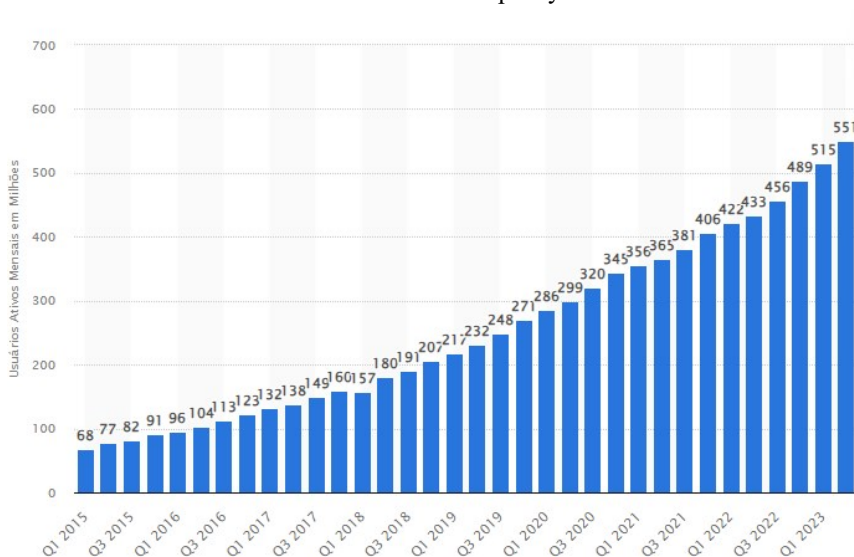
A indústria fonográfica é liderada por três principais corporações: as gravadoras de grande porte, que dominam a maior parte do mercado, gravadoras de médio porte, que muitas vezes são subsidiárias ou licenciadas das gravadoras de grande porte, e as gravadoras independentes. Como as duas primeiras são interligadas, elas detêm o controle da maior parte da produção musical no mundo, formando assim uma indústria altamente concentrada e verticalmente e horizontalmente integradas (CVETKOVSKI, 2004).

Aguiar *et al.* (2015) encontra evidências de que no nível individual de venda de músicas, a empresa *Spotify* gera efeitos positivos na venda de músicas. Entretanto, em nível agregado, o oposto acontece, e as vendas musicais são prejudicadas pela plataforma, de forma que a empresa deve ser vista como uma vendedora de músicas agrupadas, e não um canal de promoção e marketing. Para que o *Spotify* aumente a receita da indústria, é necessário que seus lucros substituam a perda de receita da queda dos downloads permanentes. Os autores também concluíram que a receita obtida pelo *Spotify* por conta de novos consumidores que sem a plataforma não estariam pagando pelo consumo é contrabalanceada pela queda de

receita da diminuição de vendas físicas. Os resultados indicam que os benefícios e malefícios da empresa tendem a se anular: “Em outras palavras, nossa análise mostra que o *streaming* interativo demonstra ser neutro para as receitas da indústria de músicas gravadas⁴”.

A inovação da indústria musical por meio de sua inserção digital via *streaming* é recebida tanto com otimismo causado pela inserção de um novo método de consumo no mercado quanto com incerteza de suas consequências, tendo em vista os efeitos prejudiciais de redução de renda resultante da diminuição de compras físicas. Tentativas de dimensionar e quantificar os impactos da nova tecnologia contribuem para uma melhor compreensão de suas implicações no setor. Entretanto, é inegável que o método do *streaming* já se consolidou como um dos principais meios de acesso a músicas no mundo todo. Gravadoras e distribuidoras precisam se adaptar ao novo mundo pós-digitalização para se manterem competitivas no mercado. Tendo em vista a saúde da indústria, principalmente em relação à sua renda e lucro, é possível analisar os dados que demonstram uma recomposição do setor, liderada, em trajetória ascendente, pelos faturamentos do *streaming*.

Gráfico 1 – Número de Usuários do Spotify Entre 2015-2023



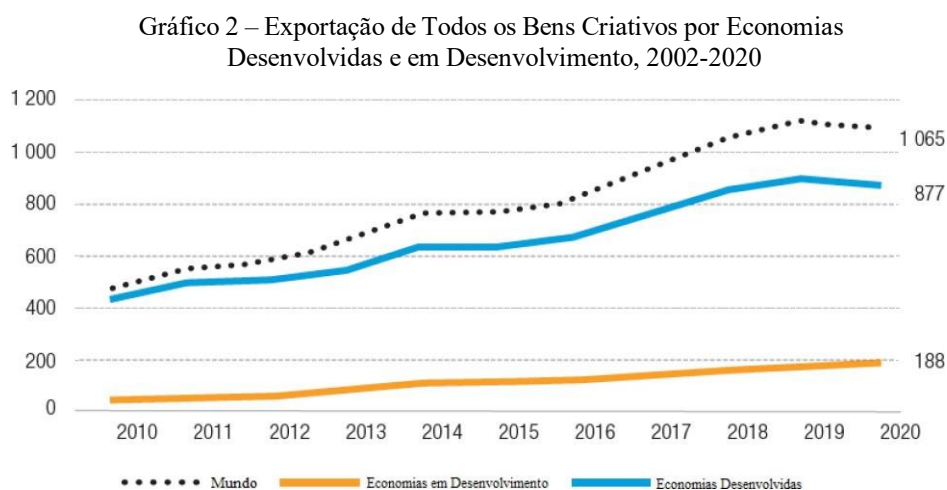
Fonte: SPOTIFY. Number of Spotify monthly active users (MAUs) worldwide from 1st quarter 2015 to 2nd quarter 2023. Statista. Disponível em: <<https://www.statista.com/statistics/367739/spotify-global-mau/>>. Acesso em: 25/09/2023

⁴ “In other words, our analysis shows that interactive streaming appears to be revenue-neutral for the recorded music industry” (AGUIAR et al., 2015, p. 2, tradução nossa).

3 O CONTEXTO ATUAL DO MERCADO CULTURAL: CENÁRIO INTERNACIONAL E BRASILEIRO

Na tentativa de dimensionar o tamanho da indústria criativa na Europa, uma análise dos dados do ano de 2003 foi feita nos países mais ricos do continente, onde foi observado que a economia cultural superou em quase todos os países as indústrias de alimentos, têxtil, química, de máquinas, computadores e imobiliários (EUROPEAN COMMISSION, 2006). Esses números indicam a força econômica e social que as pessoas atribuem ao setor. De 1996 até 2005 a indústria cultural expandiu de 190,49 bilhões de dólares para 350,88 bilhões⁵. Essa trajetória pode ser explicada pelo papel cada vez maior da cultura no dia a dia das pessoas.

Desde 2011, os países em desenvolvimento exportaram mais bens criativos do que as economias desenvolvidas. Um pequeno grupo de economias é responsável por mais de dois terços das exportações globais desses bens, sendo a China o principal motor dessa indústria no comércio mundial (Gráfico 2) (UNCTAD, 2022). A exportação entre o eixo Sul-Sul quase duplicou nas últimas duas décadas, enquanto economias do eixo Norte tendem a trocar bens criativos entre si mesmas.



Fonte: UNCTAD, 2022

O total de bens criativos comercializados globalmente declinou entre 2002 e 2022, demonstrando redução de 3,2% para 3%. Devido ao desenvolvimento tecnológico, as exportações de CDs, DVDs, fitas, jornais e outros materiais impressos caíram enquanto as mídias gravadas e jogos de vídeo game expandiram-se (UNCTAD, 2022). Esses dados

⁵ UNITED NATIONS CONFERENCE ON TRADE AND DEVELOPMENT – UNCTAD. Creative Economy Report 2008, Geneve, 2008. Disponível em: <https://www.unctad.org/en/docs/ditc20082cer_en.pdf>.

indicam a trajetória que o mundo digitalizado está traçando, afastando-se dos bens tangíveis e se direcionando para o consumo online.

A pandemia do vírus COVID-19 atingiu a indústria cultural, causando queda de 12,5% das exportações, enquanto outros setores reduziram em apenas 7,2%. O setor de serviços criativos manteve-se estável, suas exportações reduziram em 1,8% em 2020, enquanto a média de todos os setores caiu em 20%. Todas as categorias de serviços experienciaram algum decréscimo, com exceção dos serviços de software, que registrou crescimento de 5,6% ao ano (UNCTAD, 2022). A importância dos serviços criativos em relação às outras áreas vêm crescendo ano após ano, expandindo-se de 12,3% em 2010 para 17,4% em 2019. Após o início da pandemia, o setor de serviços criativos adquiriu ainda mais importância, representando 21,4% de todos os serviços prestados.

A pandemia da Covid acelerou ainda mais a mudança em direção ao *e-commerce*⁶ e plataformas digitais, com expectativas de que a maior parte do Produto Interno Bruto mundial seja encontrado digitalmente (UNCTAD). Nesse contexto, as plataformas digitais vêm recebendo cada vez mais importância, sendo motores da renda da indústria da cultura e do entretenimento.

No Brasil, o consumo cultural desenvolveu-se juntamente da popularização do acesso às tecnologias. Entre os anos de 1999 e 2006, a quantidade de municípios com equipamentos culturais cresceu de forma acelerada. O acesso à internet quase triplicou, e lojas de vendas de CDs e DVDs atingiram 60% das cidades⁷. Entre 2000 e 2009, o BNDES apurou o desembolso dos segmentos culturais, encontrando expansão setorial, com destaque a indústria cinematográfica, fonográfica, rádio e televisão, que totalizou o maior dispêndio no período (GORGULHO *et al.*, 2009).

Em 2010, os setores criativos brasileiros contribuíram com R\$104,37 bilhões, equivalente a 2,84% do PIB, superando alguns setores tradicionais como a indústria extrativa e a produção e distribuição de eletricidade, gás, água, esgoto e limpeza urbana. A indústria, a qual é muito dinâmica, empregou 3.763.271 pessoas em empregos formais (BRASIL, 2011). Embora o setor possua força considerável e destaque na conjuntura nacional, seu mercado de trabalho é dominado pela informalidade, apresentando registros muito superiores à média nacional. Em 2016, mais de 71% dos trabalhadores atuavam de maneira informal, 26 pontos

⁶ O negócio de compra e venda de bens e serviços pela internet. Abreviação de comércio eletrônico (electronic commerce). (E-COMMERCE, 2023, tradução nossa)

⁷ INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. Perfil dos municípios brasileiros – Cultura 2006. Rio de Janeiro, 2007.

percentuais acima da média do país do total de ocupados, demonstrando uma menor proteção dos trabalhadores envolvidos na indústria da cultura (Quadro 1) (SANGUINET, *et al.*, 2016).

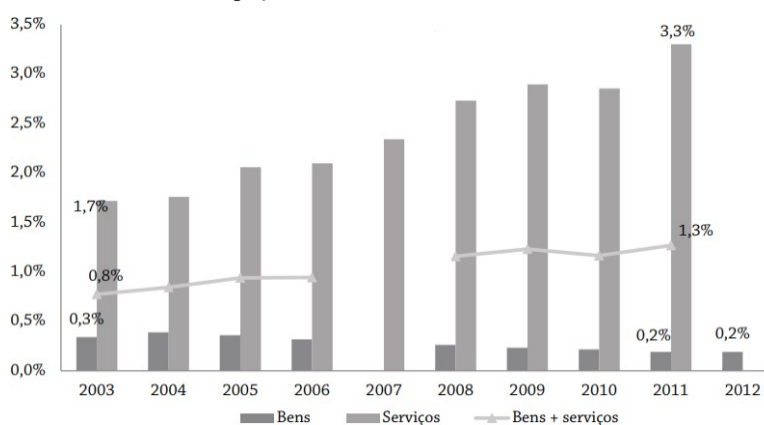
Quadro 1 – Evolução do Número de Ocupados Formais e Informais por Ocupação

		Cultura		Criativa		Total Ocupados	
		Formal	Informal	Formal	Informal	Formal	Informal
2014	1º Trim	35,75%	64,25%	47,74%	52,26%	55,99%	44,01%
	2º Trim	33,32%	66,68%	44,64%	55,36%	56,14%	43,86%
	3º Trim	33,15%	66,85%	44,12%	55,88%	55,88%	44,12%
	4º Trim	31,73%	68,27%	43,06%	56,94%	55,63%	44,37%
2015	1º Trim	34,35%	65,65%	43,25%	56,75%	55,75%	44,25%
	2º Trim	32,28%	67,72%	41,73%	58,27%	55,33%	44,67%
	3º Trim	29,71%	70,29%	40,65%	59,35%	54,91%	45,09%
	4º Trim	27,00%	73,00%	40,07%	59,93%	54,76%	45,24%
2016	1º Trim	28,23%	71,77%	39,71%	60,29%	54,61%	45,39%

Fonte: Sanguinet *et al.*, 2016

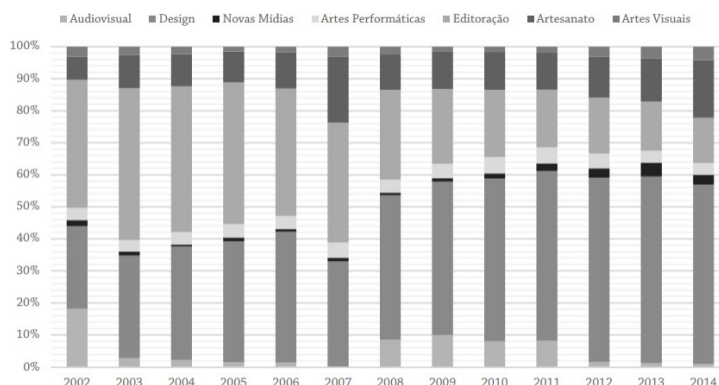
O setor criativo possuiu 63.373 empresas atuando em seus núcleos. O Brasil atinge níveis globais de atuação, com exportação de bens criativos que ultrapassam a marca de US\$1.200 milhões, embora com capacidade de ampliação, tendo em vista as dimensões continentais do país e sua cultura diversificada e atrativa (BRASIL, 2011). Entre 2003 e 2011, a participação do Brasil nas exportações de bens criativos no mercado mundial aumentou de 0,8% para 1,3%, sendo exclusivamente resultado do desempenho positivo do segmento de serviços, visto que o segmento de bens recuou de 0,3% para 0,2% (Gráfico 3). Em relação às importações de produtos da indústria criativa, ocorreu o crescimento de todos os seus segmentos, com exceção do setor audiovisual, que teve seu aumento observado revertido no fim da série (Gráfico 4) (CUNHA, *et al.*, 2016).

Gráfico 3 – Participação % dos Setores Criativos no Total Mundial



Fonte: Cunha, *et al.*, 2016

Gráfico 4 – Importações de Bens da Indústria Criativa por Segmento (%)



Fonte: Cunha, *et al.*, 2016

3.1 TRAJETÓRIA DA INDÚSTRIA FONOGRAFICA NO MERCADO GLOBALIZADO E NO BRASIL

Os dados do setor criativo demonstram importância econômica e social, e é possível destacar seu crescimento nos anos recentes. Nesse contexto, é de se espantar que a receita de músicas vendidas no mundo, parte importante do setor criativo, tenha declinado a partir dos anos 2000 (IFPI, 2023). Uma indústria que uma vez foi motor do desenvolvimento econômico e cultural no planeta demonstrar quedas na primeira década do século XXI foi motivo de preocupação para diversos pesquisadores. Entretanto, a queda das receitas não foi um indicador de uma indústria insustentável que se destinava a um colapso, mas sim o período de transição para uma nova era da tecnologia: o *streaming*.

No ano de 2022, a Federação Internacional da Indústria Fonográfica⁸ (IFPI) demonstrou, por meio de seu relatório anual sobre o setor musical, um crescimento global de 9% das receitas, sendo esse o oitavo ano consecutivo de resultados positivos. O valor global das receitas de músicas gravadas atingiu a marca de 26.2 bilhões de dólares, sendo 67% desse montante advindo de plataformas de *streaming*. 2022 demonstrou crescimento de 10.3% das receitas provenientes de assinaturas de serviços pagos de plataformas de *streamings* de músicas, como o *Spotify*⁹.

⁸ International Federation of the Phonographic Industry

⁹ IFPI. Global Music Report: State of the Industry. 2023. Disponível em:

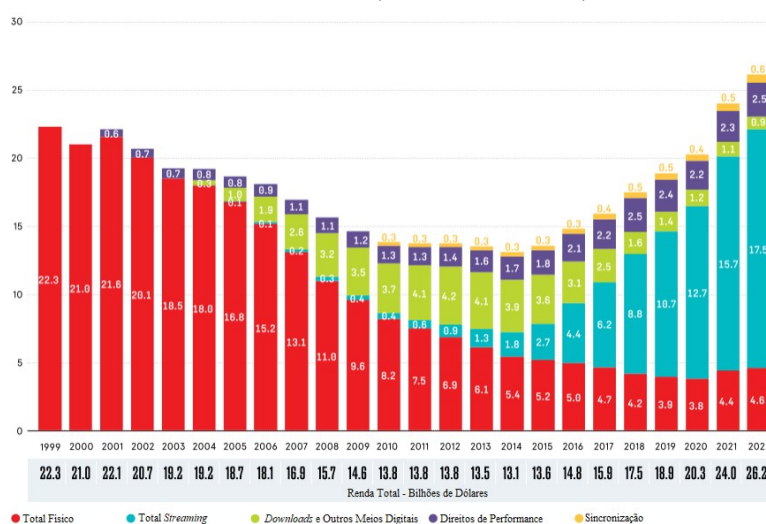
<https://www.ifpi.org/wp-content/uploads/2020/03/Global_Music_Report_2023_State_of_the_Industry.pdf>.

Acesso em: 15/08/2023

O cenário foi resultante do crescimento das receitas não somente de aplicativos de *streaming* como também de vendas físicas, performances e sincronização, onde apenas os downloads e o consumo digital fora do *streaming* demonstraram redução de seus números. Em relação ao ano anterior, a receita de programas de *streaming* cresceu em 11,5%, atingindo a marca de 589 milhões de contas de usuários pagos.

A América Latina aumentou sua receita em 25,9%, dando continuidade à trajetória de crescimento que já ocorre há mais de uma década. O mercado foi dominado pelo *streaming*, que contabilizou 85,2% do consumo pago. O Brasil retornou para a lista dos 10 maiores mercados da área, com um crescimento de 15,4%, demonstrando a força que a indústria fonográfica tem no país.

Gráfico 5 – Renda Global da Indústria de Música Gravada 1999 – 2022 (Bilhões de Dólares)



Fonte: IFPI, 2023

O Gráfico 5 possui um claro ponto de inflexão, que transformou as quedas nos faturamentos, que duraram até 2014, em lucros a partir da inserção e popularização das plataformas de *streaming*, representadas pela cor azul. O crescimento vertiginoso das plataformas, que rapidamente se tornaram o método mais rentável de consumo, demonstra o poder que as tecnologias têm de reestruturar um mercado aparentemente decadente que era tratado com pessimismo por autores do início do século.

Também é perceptível que os *downloads* e outros meios digitais, que tiveram ascensão entre os anos de 2005 e 2013, estão caindo em desuso. O consumo online de música, em plataformas dedicadas como o *Spotify* e *iTunes*, afastou a tendência de baixar músicas, tanto de maneira legal como por meio da pirataria. A facilidade de reproduzir músicas online,

sem necessidade de armazená-las, e com disponibilidade de ampla gama de artistas e sons em qualquer aparelho celular ou computador ampliaram ainda mais a distância do *streaming* para os outros meios que uma vez dominaram a indústria.

Liebowitz (2014) e Cvetkovski (2004), em seus respectivos artigos, declaravam que a indústria fonográfica e suas quedas de receitas estavam contaminadas pela pirataria que, devido ao seu custo monetário gratuito, atraíam grande parte dos consumidores. Um estudo realizado por economistas e analistas do *Spotify* encontrou dados que sustentam a tese de que o *streaming* reduziu a pirataria¹⁰. Observando o mercado de música holandês, país onde o aplicativo já era consolidado, foram encontradas evidências de que a introdução da empresa no país levou a queda dos produtos obtidos ilegalmente, enquanto filmes e TV apresentaram aumento em seus dados. Em comparação com a Itália, país em que o *Spotify* havia sido inserido a pouco tempo, a Holanda demonstrava obtenção ilegal de músicas muito menor, o que pode ser explicado, pelo menos parcialmente, pela introdução da plataforma no país, que foi muito bem recebida.

O estudo também analisou o consumo no *streaming*, vendas legais e downloads ilegais dos principais álbuns do ano, comparando os que foram introduzidos no *Spotify* com os álbuns que não foram inseridos na plataforma. Foi observada uma taxa de pirataria relativamente maior nos álbuns não disponíveis no *streaming* em comparação com os álbuns lançados desde o início no aplicativo. Também foram encontradas evidências de que álbuns que tiveram sua inserção no *Spotify* atrasada em algumas semanas em relação às vendas por outros meios não foram canibalizados, ou seja, suas vendas não diminuíram a partir de sua disponibilização no serviço de *streaming*.

3.2 A PANDEMIA NA PRODUÇÃO E CONSUMO FONOGRAFICO

O ano de 2020 foi marcado por uma transformação mundial das relações humanas e produtivas, com o início da pandemia do Covid-19. O isolamento social e a política de *lockdown* de estabelecimentos abalou tanto a saúde mental da população (MUSGRAVE, 2022) quanto o processo produtivo das indústrias (DENK, 2022). A indústria de entretenimento, com destaque na música, foi um dos setores capazes de tirar proveito do

¹⁰ PAGE, Will. Adventures in the Netherlands. 2013. Disponível em: <<https://www.musicbusinessworldwide.com/files/2014/12/Will-Page-2013-Adventures-in-the-Netherlands-Final.pdf>>. Acesso em: 25/08/2023

tempo livre das pessoas que, estando trancadas em casa, possuíam tempo livre e precisavam de distrações de suas rotinas monótonas (CARLSON *et al.*, 2021).

Dessa maneira, a renda da indústria fonográfica seguiu em trajetória ascendente mesmo em um momento onde a maior parte do mundo apresentou retração, demonstrando o poder da música na vida das pessoas (IFPI, 2023). Entretanto, a estruturação dessa indústria nem sempre significou ser justa. Mesmo com o aumento da renda, parte dos trabalhadores do setor, especialmente os de empresas de pequeno e médio porte perderam o emprego e se viram em situações vulneráveis (STRONG *et al.*, 2020).

O capítulo seguinte, por meio da revisão da literatura, tem como objetivo aprofundar-se na dinâmica da produção musical digital e física de pequenos e grandes artistas, festivais, e casas de eventos, compreender as mudanças tecnológicas, assim como analisar, através da óptica do consumidor, seus hábitos de consumo de música, seu dispêndio e os impactos causados em sua saúde mental durante o período da pandemia do corona vírus.

4 REVISÃO DE LITERATURA: UMA ANÁLISE DO CONTEXTO PANDÊMICO E SEUS EFEITOS NA INDÚSTRIA FONOGRAFICA

Os trabalhos acadêmicos a respeito da indústria fonográfica durante a pandemia foram marcados por análises contextuais, tendo em vista o cenário sem precedentes que teve de ser enfrentado de forma súbita. A análise da música e de seu setor sob perspectiva econômica, social e psicológica é essencial para compreender a dinâmica que a indústria fonográfica enfrenta, compreendendo suas possibilidades e limites. É válido ressaltar que tanto os agentes produtores quanto o mercado consumidor passaram por reestruturações tanto na reprodução, consumo e divulgação dos produtos.

Strong e Cannizzo (2020) estudaram o contexto econômico que agentes da área da música no estado australiano de Vitória enfrentaram, observando como o nível de renda e trabalho se manteve após o fechamento de casas de eventos como medida de segurança. Analisaram os possíveis riscos e benefícios do novo cenário, incluindo os impactos de gênero e compreenderam como problemas pré-existentes podem ter contribuído ou exacerbado a crise. Com base em *surveys* com 40 questões abertas e fechadas sobre o cenário econômico da indústria da música, investigaram 292 respostas utilizáveis e realizaram entrevistas de aproximadamente 1 hora com onze respondentes. A pesquisa foi financiada pelo Escritório Vitoriano para Mulheres e pelo Escritório Vitoriano de Desenvolvimento de Música. Os resultados encontraram evidências de redução na renda e no tempo gasto em atividades, especialmente no setor de música ao vivo. 44% dos entrevistados afirmaram que perderam todo seu trabalho relacionado a música, com a empregabilidade em tempo integral decrescendo de 34% para 7%. Diferenças de gênero demonstraram pouco impacto nas respostas, com resultados similares para homens, mulheres e não-binários.

De maneira semelhante, Kalyuzhnova e Khlystova (2021) observaram a indústria fonográfica do Cazaquistão, consultando representantes e *stakeholders* acerca dos impactos da pandemia na organização cultural e seus investimentos. Realizaram entrevistas com 102 representantes da indústria da música, com dados coletados durante a segunda e terceira onda do Corona vírus (fevereiro a junho de 2021), sendo que mais de 30% possuem diploma acadêmico e mais de 80% possuem mais de 10 anos de experiência. Os resultados indicam perda de renda significativa, principalmente causadas por declínio nas atividades performáticas (50%) ou atraso em eventos (74,5%). Mais da metade dos entrevistados sentiu falta de proficiência no uso de ferramentas digitais para continuar seu trabalho e 20% destacaram o problema de acesso a equipamentos e *softwares*. Dessa forma, a digitalização

das atividades não trouxe renda para 60% dos entrevistados. Apenas 20% recebeu algum pagamento por trabalhos online

De acordo com Taylor, Raine e Hamilton (2020) as maneiras pelas quais a COVID-19 provocou ajustes no cenário musical apontaram um novo debate sobre as necessidades de novas representações espaciais na música e de novas criações de práticas músico-espaciais, apropriando-se de espaços domésticos, dando novos sentidos culturais a eles. Utilizando a tríade de espacialidade de Lefebvre como uma lente teórica para analisar projetos de pesquisa acerca do cenário musical inglês, os autores determinaram que o cenário de música ao vivo inglês foi severamente afetado pela pandemia, tendo uma necessidade de reconceber os espaços físicos em função das novas medidas de distanciamento social. A queda de rendimentos com o fechamento de locais e repentina necessidade de migrar para métodos de gravação e edição caseira tornaram-se grandes desafios para a comunidade. Os autores determinam que o maior desafio enfrentado é encontrar maneiras de ressignificar os espaços para adequá-los à vida musical, criando fundações para mudanças culturais de longo prazo e protegendo a indústria de possíveis novas crises.

Por sua vez, Taylor, Raine e Hamilton (2021) também observaram eventos musicais no Reino Unido, associando às maneiras que o espaço é produzido e consumido em ambientes de música ao vivo e considerando os meios que o governo e a indústria podem utilizar para refrear a crise no curto e médio prazo. Por meio de análise Lefebvrina, foi investigado o cenário de dominação e apropriação espacial no setor musical britânico. Ao contrário da maioria das análises, onde os impactos econômicos são os principais destaques da crise, o artigo argumenta que é possível ajudar os eventos de música ao vivo caso a crise seja vista sob uma ótica de materialidade espacial. Os auxílios monetários governamentais oferecidos no Reino Unido foram baseados em acesso desigual de indivíduos e organizações a financiamento, conhecimento e redes de contato. Seus objetivos eram conter danos até que o mundo fosse capaz de retornar à forma vista pré-pandemia, ao invés de reconfigurar o cenário, sem transformações de longo-prazo a respeito das estruturas e processos do setor.

Em entrevistas com 10 representantes de gravadoras e festivais e músicos que participaram em eventos digitais de música entre os anos de 2020-2022, Gerasimova (2022) investiga como a transição para um cenário digital ao vivo é realizada pela indústria musical durante a pandemia. A autora também estuda quais as experiências enfrentadas pelas gerações “Z” e “Millenials” no período, por meio de questionários com 117 representantes dessas gerações, de idades entre 18 e 64, que participaram ou não de eventos musicais digitais durante a pandemia. Os problemas resultantes da digitalização mais pontuados durante as

entrevistas foram a perda de interações físicas, a energia das performances, a qualidade do áudio e a perda da experiência da jornada. Os principais pontos positivos foram o aumento da acessibilidade e alcance, interações personalizadas, controle das configurações do ambiente e inovações tecnológicas. A plataforma de eventos online preferida pelos entrevistados é a *Twitch*, devido a qualidade de sua *interface* e a possibilidade de realizar doações. Em relação aos participantes do questionário, as plataformas mais utilizadas são o *YouTube*, *Facebook* e *Twitch*.

Com base em um estudo de caso, Gligorijevic (2022) observou a casa de eventos “*Palace*”, na comuna de St Gallen, na Suíça. O autor documenta os desafios e ajustes que o local enfrentou durante a pandemia através da ótica de produtores, artistas e audiências. O foco principal foi explorar mudanças na gestão do local, na programação, na composição da audiência e, especialmente, na experiência musical-estética do show em conformidade com a pandemia no local. Por intermédio de uma visão antropológica, foram entrevistados dois gerentes, um funcionário do caixa, um funcionário do camarim, dois músicos e cinco membros da audiência. O local precisou enfrentar diversas mudanças em sua infraestrutura, como maior distância entre mesas e operar em menor capacidade, e mudanças em sua gestão, com maior burocracia e mais dificuldades em controlar as finanças, tendo em vista a incerteza acerca das receitas e despesas.

Também foi observada mudança na composição da audiência, com novas pessoas que não tinham costume anterior de frequentar os eventos, as quais argumentaram que o local era um dos poucos abertos que oferecia entretenimento, demonstrando assim a necessidade de consumir esse tipo de bem cultural. Os artistas que se apresentaram na casa de shows afirmaram que a maneira com que a plateia consumia a música foi diferente, argumentando que as pessoas prestam mais atenção do que em eventos pré-pandemia, apesar da perda do sentimento de estar em um show com outras pessoas.

Guerre e Dee (2021) realizaram um relatório da indústria musical na Europa por meio de dados do Live DMA, instituição não governamental que visa integrar a comunidade fonográfica no continente, com o objetivo de fornecer *insights* sobre os impactos a curto e longo prazo das restrições em eventos de música ao vivo causados pela crise do Covid-19, analisar sua magnitude e propor maneiras de amenizar os problemas causados, aumentando a eficiência de ações governamentais nos países estudados. Foram realizadas *surveys* com 20 associações de música ao vivo, representando mais de 3.000 casas de shows, clubes e festivais de 17 países europeus diferentes, objetivando analisar as restrições regionais e nacionais, os

mecanismos de suporte à indústria e os efeitos da pandemia em sua organização e estruturação.

Todos os entrevistados afirmaram que a renda vinda das audiências não é suficiente para o funcionamento das empresas e existe dificuldade de atender as obrigações de pagamentos. Parte dos entrevistados acredita que haverá dificuldade em recuperar o público nos eventos após o fim da pandemia. 90% da *survey* afirmou que o suporte governamental oferecido não é suficiente para compensar os danos financeiros ocorridos e 60% disse que a falta de artistas internacionais disponíveis no mercado é problemática ou muito problemática. 90% afirmaram que as restrições de número de pessoas em eventos causam problemas para o setor, assim como as medidas de distância física. Os entrevistados advocaram para que os planos de ação governamental fossem feitos em associação com os representantes do setor, para adequar as medidas da forma mais segura e eficiente para todos.

Dee (2020) também tentou quantificar e analisar o quadro financeiro de empresas de eventos musicais ao vivo, dimensionando os impactos que a pandemia causou na saúde do setor, demonstrando os problemas que poderão ser enfrentados no futuro. Foi feita estimativa do cenário financeiro de empresas, baseando-se nos dados de 604 locais de eventos associados com o Live DMA, e informações extrapoladas de 2597 locais participantes do Live DMA em 2017. Foi encontrado declínio de 70% no número de eventos e performances de artistas no ano de 2020, com redução de 76% em audiências, com cerca de 53 milhões de pessoas deixando de participar. O autor esperou que os locais analisados deixassem de faturar 1,2 bilhões de euros, resultante de perda de venda de ingressos, bebidas, comidas e outras fontes, tornando assim os gastos maiores que as receitas. A pesquisa também destacou o problema de desemprego que ocorreu, com milhares de pessoas sendo demitidas devido à falta de trabalho a ser executado, sendo feitos argumentos para a melhora nos auxílios governamentais para a reestruturação da indústria durante a crise.

No intuito de compreender os principais impactos da pandemia do COVID-19 sobre a trajetória de transformação digital na indústria da música, explorando as maneiras que o setor pode se reorganizar e prevendo as tendências que o mercado pode adotar no futuro, Ghezzi e Kirschbaum (2021) realizaram extensa pesquisa documental, compilando artigos de revistas, jornais e relatórios que abordaram a indústria fonográfica durante a pandemia. Foram utilizados 42 artigos de alcance global, com grande diversidade geográfica em seus públicos e com ampla aceitação no meio artístico. Foi encontrado efeito ambivalente no *streaming*: ganho de novos assinantes que utilizam o serviço como forma de lazer e perda de assinantes

que foram prejudicados com redução da renda durante a pandemia. Esse saldo foi positivo, com aumento de 10% no faturamento de 2020 em relação a 2019.

De acordo com os resultados, observou-se uma desigualdade entre músicos, onde os artistas independentes encontraram maior dificuldade em monetizar apresentações online da mesma maneira que os grandes artistas foram capazes. Após o fim da pandemia, os autores esperam que as mudanças tecnológicas perdurem e se intensifiquem, com maiores investimentos e maior papel de centralidade em plataformas de *streaming*. Entretanto, foi encontrada uma corrente alternativa de pensamento que indica o possível surgimento de modelos de negócios com interações diretas entre artistas e público, aumentando as inovações e diminuindo a concentração da indústria.

Para o Brasil, tendo como objeto de estudo o Vale do Paraíba (São Paulo), Ferreira (2020) conversou com 10 representantes do setor fonográfico, os quais desempenham papéis de circulação, difusão, criação e produção. Foi realizada pesquisa, mapeamento, análise de soluções e estratégias adotadas por projetos e empresas da indústria da música durante a pandemia do Corona vírus, compreendendo as características e singularidades do setor. O autor observou forte desequilíbrio financeiro, com dificuldades em encontrar patrocínios e apoio do público. Foram feitas tentativas de flexibilização do serviço, com uso de meios digitais para transmissões de eventos. Entretanto, a maioria dos entrevistados afirmou que as ferramentas online apenas amenizaram os danos da crise pandêmica, onde as dificuldades monetárias persistiram e o público *online*, embora expressivo, foi pouco engajado. Também foi indicado pelos entrevistados uma dificuldade em acesso aos editais públicos de financiamento, que foram considerados pouco acessíveis para as empresas.

Na tentativa de mapear as desigualdades e impactos da Covid-19 no trabalho de músicos portugueses, explicitando as diferenças de gênero, precariedade de vínculos e informalidade contratual e atipicidade de tarefas, Guerra *et al.* (2021) conduziu entrevistas com 40 músicos portugueses, participantes pluriformes do mercado fonográfico entre 18 a 35 anos. Foram analisados artistas solos, membros de bandas e *DJs*, sendo eles profissionais, semiprofissionais e amadores. Os entrevistados destacaram as plataformas digitais como meio de se reorganizar frente ao caos criado pela pandemia, sendo as redes sociais o método mais comumente utilizado para consumo e divulgação de músicas e conteúdos culturais.

Entretanto, foram pontuados negativamente as dificuldades com falta de infraestrutura, o sentimento geral de desvalorização da arte e a complexidade de realizar atividades criativas em casa ao mesmo tempo em que são feitos os cuidados parentais e da família. Parte dos entrevistados alegou ter medo da saúde da indústria por conta dos danos causados pela

pandemia, tendo em vista os múltiplos fechamentos de eventos e casas de shows. Foi evidenciada uma fragilidade do setor, dado que grande parte dos trabalhadores atuam de maneira informal, assim se tornando reféns das medidas de confinamento.

Por fim, o autor destaca as desigualdades de gênero da indústria, onde mulheres são mais severamente atingidas por demissões e desigualdades sociais, onde o desemprego gera impactos em pessoas que não tem condição de trabalhar em casa e possuem poucos recursos para se sustentar, sendo assim obrigadas a se direcionar para outros setores.

Teixeira *et al.* (2021) abordou as dificuldades de músicos e as medidas de autoridades públicas e privadas para mitigar o impacto social do Covid-19 na cidade de Belo Horizonte, Minas Gerais. Por meio de revisão preliminar das ações tomadas por diversas cidades ao redor do mundo para proteger o setor cultural, foi encontrada ação lenta do governo, implementando apenas duas políticas de assistência a trabalhadores do setor. A média salarial de 70,8% dos entrevistados caiu, e ninguém apresentou acréscimo na renda. Apenas 1 dos 171 entrevistados afirmou obter renda por meio de direitos autorais.

Para analisar a trajetória de *lives* musicais durante a pandemia, entender a razão de seu sucesso e compreender os motivos da perda exponencial dos níveis de audiência, entendendo os elementos formadores dessa prática de consumo, sua sincronia com outras práticas do cotidiano, bem como os fenômenos externos que atuaram em sua consolidação, Ferreira *et al.* (2021) realizou pesquisa de campo, entrevistando 24 homens e mulheres de idades entre 19 e 43 anos, exercendo múltiplas ocupações diferentes e analisou, por meio de Análise Temática, procurando padrões e temas recorrentes. Os entrevistados definiram os eventos de música online como forma de entretenimento, os consumindo em momentos de lazer, sendo a qualidade técnica de grande importância. Muitos entrevistados mencionaram o senso de pertencimento e o engajamento social como os principais motivos para o consumo desse tipo de conteúdo, tendo em vista os problemas enfrentados pelo distanciamento social.

Muitas pessoas não somente participaram dos eventos, mas os complementaram por meio do uso de roupas, adereços e consumo de comidas e bebidas, indicando que estavam utilizando as *lives* como meio de socializar como ocorria no período pré-pandemia. Os autores determinam que os principais motivos para a queda de audiência foram a sobreposição de práticas pertencentes à rotina criada no isolamento social, a redução da originalidade das *lives*, saturação pelo excesso de eventos e redução da adesão do distanciamento social recomendado.

Bridge (2023) propôs a observação do valor social da música online ofertada pela *Liverpool Cathedral* durante a pandemia do Covid-19. Por meio de arcabouço teórico

interpretativo, abordagem de análise de dados qualitativos para sistematizar, analisar e interpretar os dados através de questionários e entrevistas e indução analítica e análise temática de dados qualitativos baseados em texto obtidos a partir das observações, a autora encontrou evidências que 81% dos participantes dos eventos online já haviam feito parte dos eventos presenciais. 77% dos entrevistados apreciaram as atividades online, devido ao sentimento de manter a normalidade, conectar com outras pessoas, se sentir bem, divertir e rever amigos. Os sentimentos de pertencimento a um grupo e bem-estar mental também foram destaque nos resultados.

Para compreender de que maneira os concertos virtuais e as características das pessoas analisadas influenciaram suas experiências de conexão social e *kama muta*, a sensação de se sentir movido por uma emoção, geralmente experienciada quando momentos prazerosos são divididos com outras pessoas, Swarbrick *et al.* (2021) realizou questionários com 307 participantes de 13 países e 4 continentes diferentes. Os entrevistados eram maiores de 18 anos e assistiram pelo menos 15 minutos de concertos virtuais durante a pandemia. O autor operacionalizou as conexões sociais como a combinação de sentimentos e comportamentos e a quantificação do *kama muta*.

Por meio de regressões econométricas, foram encontrados indícios que os participantes se sentiam mais movidos em concertos onde existia maior noção compartilhada da pandemia e de seus efeitos, visto que as pessoas se sentiam mais conectadas. Quanto mais os telespectadores interagem com os artistas, mais conectados e energéticos eles se sentiam. O *kama muta* também foi sentido mais vezes quando as pessoas se sensibilizavam pelas experiências negativas que as outras estavam enfrentando por causa da pandemia. O autor também encontrou dados que indicam que os eventos digitais ao vivo facilitaram mais as conexões sociais em relação aos concertos virtuais pré-gravados.

Brem, Viardot e Nylund (2021) analisaram o efeito da pandemia em certas tecnologias e em quais maneiras elas podem melhorar a qualidade de vida, observando como a indústria da música se adaptou às imposições causadas pelo corona vírus. Por meio de revisão sistemática da literatura e debate acerca das tecnologias disponíveis, foi identificado que o cancelamento de eventos da indústria cultural, especialmente de performances ao vivo direciona os consumidores para o *streaming*.

Tendo como base de estudo o quarto maior mercado musical europeu, a Alemanha, Denk *et al.* (2022) estudou o comportamento pré-pandemia e pós-pandemia de consumidores a respeito de gastos monetários e horas gastas no mercado musical. O estudo observou tanto os eventos ao vivo quanto o mercado digital e físico da música gravada e, por meio de um

painel online bianual com 3,365 respostas que capturou 5 tendências dos consumidores entre o inverno de 2018/19 e o inverno de 2020/21, foi realizado um modelo log-linear e estimação dos parâmetros usando um estimador de efeitos fixos para painel com erros padrão robustos.

Os autores encontraram redução dos gastos individuais com música em mais de 50% (€31,45 para €13,63). Gastos com eventos presenciais reduziram de cerca de €14,20 para €0,30. Gastos em produtos físicos e digitais reduziram, enquanto foi observado um aumento com plataformas de *streaming*. Em relação ao tempo de música consumida, o *streaming premium* foi o maior beneficiário, com aumento de 1,67 horas para 2,24, embora o total de música consumido através de todos os meios diminuiu de 22,17 para 19 horas.

Para analisar a satisfação, lealdade e disposição a pagar por assinaturas *premium* de usuários de serviços de *streaming* de música durante o período da pandemia, onde a maior parte dos eventos presenciais foi suspensa como medida de saúde, Pinto (2021) realizou um modelo de Mínimos Quadrados Parciais, usando a satisfação do usuário, fidelidade, Comportamento Induzido pela Pandemia e disposição para pagar com base no valor hedônico, valor utilitário, desconfirmação de expectativas, boca a boca, intenção de continuação, preço percebido e intenção de compra. A base de dados foi obtida por meio da perspectiva individual de 210 pessoas através de um questionário, sendo 58% mulheres e 42% homens. As idades variaram desde menores de 18 anos até maiores de 50, com vários níveis de educação diferentes.

Foi encontrado alto nível de satisfação em relação às plataformas de *streaming*, o qual foi impulsionado pela pandemia. Também foram encontradas evidências de que existe grande taxa de lealdade para com os serviços, embora não exista alta relação com a disposição a pagar por eles, tendo em vista a semelhança entre os aplicativos observados. O autor acredita, tendo em vista os resultados encontrados, que a pandemia contribuiu para o crescimento do *streaming* e que seus impactos serão sentidos no longo-prazo.

A pesquisa brasileira feita por Silva *et al.* (2021) teve como objetivo verificar e analisar se ocorreu mudança no comportamento de compra do corpo discente de graduação da Universidade Federal de Santa Catarina com relação ao consumo de serviços de *streaming* após o início da pandemia. Através de pesquisa descritiva, com questionário estruturado online e análise das respostas acerca dos hábitos de consumo de música online por meio de plataformas de *streaming* posteriores à pandemia, foram estudadas 574 respostas de estudantes de distintas fases e cursos da universidade.

Os autores encontraram que 35,9% dos pesquisados começaram a utilizar o serviço de *streaming* de músicas *Spotify* durante a pandemia. Outras plataformas de música tiveram

crescimento inferior a 10%. Os gastos com plataformas de *streaming* aumentaram, indicando maior consumo dos estudantes durante o período de isolamento. Houve aumento de 5% na compra de planos *premium* e expressivo aumento no tempo semanal gasto nas plataformas, sendo registrado um aumento de 31,3% no número de pessoas que consomem os conteúdos tanto em dias de semana quanto nos finais de semana. Devido às medidas de distanciamento social, houve queda no número de pessoas que utilizaram os serviços fora de casa, enquanto o uso domiciliar ocorreu por quase 100% dos entrevistados. A atividade de ouvir música como principal passatempo aumentou de 2,8% para 5,2%, indicando maior popularização da atividade.

Marchi *et al.* (2022) propôs em seu artigo analisar tendências da produção, circulação e consumo na indústria da música, em especial através de *lives* e serviços de *streaming* de áudio e vídeo, notadamente nas plataformas *Spotify* e *TikTok* durante a pandemia. Através de revisão de literatura especializada e pesquisa empírica de caráter exploratório, foi observado que enquanto os eventos presenciais perderam grande parte de sua renda devido à cancelamentos causados por medidas restritivas, as mídias digitais da indústria fonográfica e radiofônica receberam uma migração de público. Mesmo que no começo da pandemia tenha sido registrada uma queda de 9% do uso de serviços de *streaming*, essa perda foi compensada por uma mudança da dinâmica do mercado. A indústria acelerou o processo de “*pós-streaming*”, ou seja, o avanço robusto de um processo de plataformação das indústrias midiáticas: a “penetração de infraestruturas, processos econômicos e estruturas governamentais de plataformas em diversos setores econômicos e esferas da vida”. Também foi observado o fenômeno de financeirização do setor, onde novos métodos de monetizar as atividades, como financiamentos coletivos e uso de criptomoedas, foram implantados para gerar renda para artistas. Diversos eventos ao vivo precisaram recorrer a transmissões digitais para atender o público, e as Inteligências Artificiais ganharam maior destaque durante o período.

Os estudantes da Universidade de Cornell, em Ithaca, Estados Unidos foram base de análise do estudo de Hurwitz e Krumhansl (2021), o qual teve objetivo observar quais músicas, com quem, onde, quando e com quais plataformas estudantes universitárias utilizaram durante as 4 primeiras semanas de *lockdown* da pandemia do corona vírus, assim como estudar de que maneira o retorno ao ensino híbrido – presencial e online – afetou os hábitos de consumo.

Foram realizados dois questionários sobre os hábitos de consumo de música, junto de perguntas acerca da demografia dos participantes, além de perguntas específicas sobre o

consumo da plataforma de *streaming Spotify*, o primeiro questionário durante a pandemia e o segundo após o retorno ao ensino híbrido. No primeiro estudo, 133 estudantes de 18 a 33 anos, que eram usuários ativos do *Spotify* foram entrevistados, enquanto no segundo estudo 137 alunos responderam ao questionário, sendo que 16,8% também participaram do experimento 1.

Os participantes reportaram um aumento no consumo de música e no uso do *Spotify* durante o isolamento, e uma diminuição no uso do rádio e em outras plataformas de *streaming*, embora não foi observada mudança na quantidade de consumo após o retorno ao ensino híbrido no campus. Também foram encontrados indícios que, ao retornar para a faculdade, alunos reduziram a exploração de novos tipos de músicas. Ao serem questionados sobre suas preferências musicais, os entrevistados mencionaram motivos como as emoções sentidas e as memórias evocadas através da música.

Vlassis (2020) fez um trabalho de abrangência global acerca dos efeitos do isolamento social nas estratégias globais online de plataformas da indústria musical, identificando se a pandemia pode fornecer vantagem econômica e tecnológica para os serviços de *streaming* como o *Spotify*, a *Apple Music* e o *YouTube Music*. Por meio de revisão de dados disponibilizados pelas principais plataformas de *streaming*, o autor encontrou, inicialmente, um declínio no consumo de músicas por *streaming* na pandemia, o qual pode ser explicado pela diminuição no consumo durante o trajeto para o trabalho e pelo fechamento de estabelecimentos que utilizam a música no ambiente. Entretanto, a indústria digital foi capaz de se recuperar, exibindo crescimento em seu número de assinantes pagos. Outro fator que impulsiona a predominância do *streaming* é a intensa queda de renda da indústria de música física, com seu declínio causado pelo fechamento de lojas que vendem discos e CDs. O cancelamento da maior parte dos festivais de música no mundo também resultou em queda da renda do setor, tornando o *streaming* o melhor método de consumo durante os tempos de crise.

Por meio do uso de dados de 37,328 usuários da rede social musical *Last.fm*, originados de 45 países diferentes, comparando o antes e depois da primeira onda de confinamento, Ghaffari *et al.* (2023) estudou as mudanças globais nos hábitos de consumo de música online em resposta ao Covid-19 e suas restrições, juntamente de como redes de amizades e comunicações online modificaram os efeitos do vírus em relação ao consumo fonográfico. Utilizando método de inferência causal com diferenças em diferenças e “two-way fixed effects” para analisar o comportamento e interações sociais das pessoas, com

uso de variáveis de quantidade, variedade, novidade e popularidade, foi possível compreender as tendências dos usuários.

Pode ser observada redução de 15% no consumo de música online por causa da pandemia, juntamente de diminuição da variedade de artistas consumidos (-7%) e novos artistas descobertos (-3%), tendo o público voltado para artistas *mainstream*. Em contraste, usuários que possuíam mais vínculos sociais e mais comunicação com amigos demonstraram aumento no consumo de música, descobriram mais artistas e se tornaram mais ecléticos em seus gostos. A análise econométrica encontrou evidências que um aumento de 1% nos casos semanais de Covid resultava em redução aproximada de 1% no consumo musical e diminuição de 0,2% no número de artistas diferentes escutados.

Tendo como objetivo compreender o consumo de música e seus efeitos na saúde mental das pessoas, Carlson *et al.* (2021) explorou como ela se engajava na primeira onda da pandemia, usando-a como forma de controlar o humor e a ansiedade. Foi utilizado a Escala de Ansiedade de Beck para medir o nível de ansiedade dos participantes, a Escala de Impacto da SARS para quantificar os impactos psicológicos da pandemia na saúde mental e o “Brief Music in Mood Regulation Questionnaire”, questionário que dimensiona a quantidade de música escutada e de que maneira ela pode ser utilizada para regular o humor. Os autores também coletaram os dados de quais métodos e plataformas foram utilizados para o consumo da música.

432 participantes foram ouvidos, sendo 238 mulheres, 175 homens, 2 transgêneros e 13 não-binários, sendo a maior parte cidadãos da Finlândia (35,1%), Canadá (18,5%) e Estados Unidos (14,3%). 60,7% dos participantes reportaram uma mudança no seu consumo diário de música, onde 37,6% afirmaram ouvir música múltiplas vezes no dia e mais da metade afirmaram ter composto música. 42% das respostas qualitativas afirmaram estar altamente engajadas com música na pandemia. Os maiores aumentos no consumo foram observados em músicas escolhidas pelos entrevistados: 38,7% afirmaram consumir mais do que antes da pandemia. Supõe-se que a amostra tem leve maior tendência a usar a música como regulador de humor que uma amostra aleatória devido a maior probabilidade de a pesquisa ser respondida por quem tem mais interesse por música.

Musgrave (2022) também visou o estudo da saúde mental, desta vez de músicos do Reino Unido durante o primeiro ano de pandemia, entre março de 2020 e março de 2021, por meio de coleta de dados e discussões sobre a saúde mental de profissionais do setor utilizando teoria fundamentada da análise comparativa constante para identificar incidências compartilhadas nos relatórios da mídia, que foram codificadas para revelar temas emergentes.

O autor encontrou grande impacto financeiro na vida dos profissionais da música, principalmente devido ao cancelamento de festivais, eventos e o fechamento de casas de shows. O auxílio governamental ofertado para a população de artistas foi pouco efetivo, tendo em vista que 45% não estavam qualificados para recebê-los. O estudo determinou dois problemas principais na saúde mental de artistas: ansiedade a respeito da perda de emprego, renda e capacidade de se sustentar autonomamente e ansiedade existencial causada pela perda do sentimento de sentido de vida, onde muitos afirmaram estar “inconsoláveis” e com a vida “desmoronando”.

Para compreender se o consumo de mídia durante a pandemia por alunos universitários gerava efeitos positivos ou negativos em seu bem-estar e em suas relações intrapessoais e interpessoais, Krause *et al.* (2020) realizaram modelagem multinível das respostas de 470 questionários de 127 estudantes da universidade de Queensland, Austrália.

Consistente com a hipótese, foram encontrados indícios que a satisfação aumentou quando havia maior tempo gasto ouvindo música, enquanto outras formas de consumo de mídia resultaram em menor grau de satisfação. O consumo de músicas foi uniforme durante todo o tempo observado, enquanto outras mídias foram usadas mais frequentemente no início da quarentena.

Ribeiro *et al.* (2021) comparou hábitos de pessoas com e sem depressão a respeito de seus consumos de músicas durante o período da pandemia, explorando as mudanças nas rotinas e investigando as explicações para os resultados observados. O estudo foi de caráter quantitativo, por meio de questionários online disseminados através de redes sociais, que teve 494 participantes brasileiros, entre 18 e 76 anos, que participavam de medidas de distanciamento social, onde 63,97% dos entrevistados reportaram enfrentar algum tipo de sintoma de depressão severa. Os autores concluíram que a música desempenha papel importante, principalmente para pessoas com sintomas depressivos, as quais 93,65% utilizaram a música para controlar seu humor, em oposição aos 80% sem depressão. As pessoas mais deprimidas também escutam mais música diariamente (83%) que as sem depressão (74%). As pessoas com depressão também demonstram mais frequentemente utilizar a música para aumentar a energia, diminuir o sentimento de tristeza, diminuir a tensão e o stress, relaxar, se expressar e relembrar de épocas melhores. O estudo também encontrou que 87% dos entrevistados alegaram consumir mais música durante a pandemia.

Por fim, Oliver e Lalchev (2022) fizeram uso da literatura disponível para estudo exploratório, fazendo uma descrição explicativa e utilizando um quadro indutivo para melhor compreender os componentes da transformação digital e seus impactos na indústria da música

global e seu papel no estabelecimento de inovações criativas em empreendimentos no setor, observando de que maneira a pandemia do Covid-19 acelerou seu desenvolvimento. Enquanto eventos presenciais tiveram prejuízo, gravadoras reportaram aumento na renda obtida com o *streaming*. O processo de produção musical se tornou mais acessível com o uso de redes sociais focadas em criação de conteúdo e ferramentas de fácil acesso feitas para pessoas menos especializadas. As plataformas de *streaming* obtiveram substancial crescimento em seus assinantes pagos, com o aumento mais acelerado nos usuários de mais de 55 anos, com expectativa de continuarem usando os serviços mesmo depois do fim da quarentena.

Também foi destaque o uso de novas plataformas, como a *Twitch*, que possuía foco inicial em exibição de jogos, mas que após a pandemia passou a ser usada por artistas musicais. O processo de maior destaque foram as apresentações ao vivo que passaram a serem transmitidas digitalmente com maior frequência.

QUADRO 2 – Revisão de Literatura dos Efeitos da Pandemia na Indústria Fonográfica

Referência	Objetivo	Abrangência	Método	Dados	Resultados
(BREM, VIARDOT e NYLUND, 2021)	Analisar o efeito da pandemia em certas tecnologias, observando como a indústria da música se adaptou	Global	Revisão sistemática da literatura	Uso de artigos da literatura que abordam o tema	O cancelamento de eventos da indústria cultural, especialmente de performances ao vivo direciona os consumidores para o <i>streaming</i>
(BRIDGE, 2023)	Observar o valor social da música <i>online</i> ofertada pela Liverpool Cathedral durante a pandemia do Covid-19	Reino Unido	Arcabouço teórico interpretativo, questionários, entrevistas, indução analítica e análise temática de dados	Exame qualitativo do valor social da participação <i>online</i> da música, experiências pessoais do autor, questionário online e entrevistas qualitativas via <i>Zoom</i>	Alta taxa de adesão dos participantes aos eventos <i>online</i> , com alto grau de apreçamento pelas atividades. Os principais motivos foram a conexão, a sensação de mantimento da normalidade e bem-estar na saúde mental
(CARLSON, <i>et al.</i> , 2021)	Exploração de como os participantes se engajavam com a música na primeira onda da pandemia, usando-a como forma de controlar o humor e a ansiedade	Entrevistados de 37 diferentes nacionalidades	Medição do nível de ansiedade dos participantes, quantificação dos impactos psicológicos na saúde mental e dimensionamento do montante de música escutada e através de quais plataformas.	432 participantes, sendo 238 mulheres, 175 homens, 2 transgêneros e 13 não-binários	Mudanças no consumo diário, onde grande parte afirmou escutar música diversas vezes no dia. Também foi identificado alto engajamento e maior consumo após a pandemia.
(DEE, 2020)	Quantificar e analisar o quadro financeiro de empresas de eventos musicais ao vivo	Europa	Estimação do cenário financeiro de empresas do setor musical europeu	Dados de 604 locais de eventos associados com o <i>Live DMA</i>	Declínio no número de eventos, diminuição no tamanho das audiências, expectativa de redução de 1,2 bilhões de euros em faturamentos e desemprego generalizado no setor
(DENK, <i>et al.</i> , 2022)	Estudar o comportamento pré-pandemia e pós-pandemia de consumidores a respeito de gastos monetários e horas gastas no mercado musical.	Alemanha	Uso de um modelo log-linear e estimação dos parâmetros	Painel com 3,365 respostas que capturou 5 tendências dos consumidores	Redução dos gastos individuais com música em mais de 50%, gastos com eventos presenciais, produtos físicos e digitais reduzidos, enquanto foi observado um aumento com plataformas de <i>streaming</i> . Aumento do tempo de horas consumidas no <i>streaming premium</i> , embora diminuição do consumo total de música
(FERREIRA, 2020)	Pesquisa, mapeamento, análise de soluções e estratégias adotadas por projetos e empresas da indústria da música	Vale do Paraíba, São Paulo	Observação exploratória com entrevistas semi-estruturadas e posterior debate	Entrevistas com 10 representantes de empresas do setor.	Desequilíbrio financeiro, com tentativas pouco efetivas de transição para plataformas digitais. Também foi pontuado a baixa acessibilidade à auxílios ofertados pelo governo

(FERREIRA, <i>et al.</i> , 2021)	Analisar a trajetória de lives musicais durante a pandemia, entendendo seu sucesso e compreendendo os motivos da perda exponencial de seus níveis de audiência	Brasil	Pesquisa de campo por meio de coleta de entrevistas e análise de resultados por meio de Análise Temática	24 entrevistados	Uso dos eventos de música <i>online</i> como forma de entretenimento, dando destaque a qualidade técnica. Alto consumo explicado pelo senso de pertencimento e engajamento social. Muitas pessoas completaram a experiência através do uso de roupas e consumo de bebidas e comidas, em uma tentativa de socialização. A queda da audiência pode ser explicada pela redução da originalidade das lives, saturação pelo excesso de eventos e redução da adesão ao distanciamento social
(GERASIMOVA, 2022)	Investigar a transição para um cenário digital ao vivo e quais as experiências enfrentadas pelas gerações “Z” e “Millenials”.	Global	Métodos mistos, combinando entrevistas qualitativas semiestruturadas e questionários <i>online</i>	Entrevistas com 10 representantes de gravadoras, festivais e músicos, junto de <i>surveys</i> realizadas com 117 representantes das gerações Z e Millenials	Problemas na perda de interações físicas, na energia das performances, na qualidade do áudio e na perda da experiência da jornada. Os principais pontos positivos foram o aumento da acessibilidade e alcance, interações personalizadas, controle das configurações do ambiente e inovações tecnológicas.
(GHAFARI <i>et al.</i> , 2023)	Investigar as mudanças globais nos hábitos de consumo de música <i>online</i> em resposta ao Covid-19 e suas restrições	Global	Método de inferência causal com diferenças em diferenças e “two-way fixed effects”	Uso de dados de 37,328 usuários da rede social musical <i>Last.fm</i>	Redução no consumo de música <i>online</i> , diminuição na variedade de artistas consumidos e novos artistas descobertos, com tendência de direcionamento de público para artistas <i>mainstream</i> .
(GHEZZI e KIRSCHBAUM, 2021)	Compreender os principais impactos da pandemia do COVID-19 sobre a trajetória de transformação digital na indústria da música	Global	Extensa pesquisa documental	42 artigos de alcance global	Efeito ambivalente no <i>streaming</i> : ganho de novos assinantes que utilizam o serviço como forma de lazer e perda de assinantes que foram prejudicados com redução da renda durante a pandemia. Foi observada desigualdade entre músicos, onde os artistas independentes encontraram maior dificuldade em monetizar apresentações <i>online</i> da mesma maneira que os grandes artistas.
(GLIGORIJEVIC, 2022)	Realizar um estudo de caso do local de shows “Palace” na comuna de St Gallen, Suíça, documentando os desafios e ajustes que o local enfrentou durante a pandemia, explorando mudanças na gestão do local, na programação, na composição da audiência e, especialmente, na experiência musical-estética do show	Comuna de St Gallen, Suíça	Visão antropológica sobre o caso do local de shows “Palace”, realizando observações e entrevistas com frequentadores e funcionários	Entrevistas com dois gerentes, um funcionário do caixa, um funcionário do camarim, dois músicos e cinco membros da audiência	Mudanças na infraestrutura, com maior distanciamento e redução da capacidade. Foi enfrentada maior burocracia e dificuldades no setor financeiro. Pôde ser observada mudança na composição da audiência, com novas pessoas que não possuíam costume de frequentar o local

(GUERRA <i>et al.</i> , 2021)	Mapear desigualdades e impactos da Covid-19 no trabalho de músicos portugueses	Portugal	Entrevistas semi-estruturadas e análise de conteúdo temática, vertical e horizontal	Entrevista com 40 músicos portugueses, participantes pluriformes do mercado fonográfico	Foi destaque o uso de plataformas digitais para reorganização do setor. Como pontos negativos foram destacadas a falta de infraestrutura, o sentimento de desvalorização da arte e a dificuldade em combinar o trabalho com as tarefas domésticas. Foi observado medo a respeito da saúde da indústria e grande fragilidade do setor, que é marcado pela informalidade e por desigualdade de gênero
(GUERRE e DEE, 2021)	Fornecer <i>insights</i> sobre os impactos a curto e longo prazo das restrições em eventos de música ao vivo causados pela crise do Covid-19, analisando sua magnitude e propor maneiras de amenizar os problemas causados	Europa	<i>Surveys</i> com representantes do setor	<i>Survey</i> com 20 associações de música ao vivo, representando mais de 3000 casas de shows, clubes e festivais de 17 países europeus diferentes	Renda insuficiente e dificuldade em pagamentos de despesas. Foi encontrado incerteza em recuperar o público após a crise. Grande parte afirmou que o auxílio público não é suficiente.
(HURWITZ e KRUMHANSL, 2021)	Comparar o distanciamento social com o retorno híbrido das aulas a respeito dos hábitos de consumo de música durante a crise do Covid-19	Estudantes da Universidade de Cornell, Ithaca, Estados Unidos	<i>Survey</i> durante a pandemia e após o retorno ao ensino híbrido	133 respostas no primeiro questionário e 137 no segundo	Aumento do consumo de música no <i>Spotify</i> durante o isolamento, redução da exploração de novos gêneros musicais com o retorno ao ensino híbrido e uso da música como regulador de humor
(KALYUZHNOVA e KHLYSTOVA, 2021)	Aumentar a literatura da indústria fonográfica, consultando representantes e stakeholders acerca dos impactos da pandemia na organização cultural	Cazaquistão	<i>Surveys</i> sobre o impacto da Covid-19 na indústria musical do Cazaquistão	Entrevistas feitas com 102 representantes da indústria da música	Perda de renda significantes, principalmente causadas por declínio nas atividades performáticas e atraso em eventos. Falta de proficiência no uso de ferramentas digitais para continuar seu trabalho e problema de acesso a equipamentos e softwares.
(KRAUSE, <i>et al.</i> , 2020)	Estudar se efeitos do consumo de mídia durante a pandemia geravam efeitos positivos ou negativos em seu bem-estar e em suas relações sociais	Queensland, Austrália	Seis <i>surveys</i> , separadas por período de 2 semanas e testes por modelagem multinível	Foram respondidos 470 questionários por um total de 127 participantes.	Aumento da satisfação com maior tempo gasto consumindo música, sendo que esse se manteve estável ao longo da crise
(MARCHI <i>et al.</i> , 2022)	Compreender as tendências da produção, circulação e consumo na indústria da música	Global	Revisão de literatura especializada e pesquisa empírica de caráter exploratório	Análise de dados referentes ao mercado musical e a aplicativos como <i>Spotify</i> e <i>TikTok</i>	Migração de público dos eventos presenciais para mídias digitais, com processo de avanço do processo de plataformação das indústrias. Também é possível destacar a financeirização do setor, com novas formas de monetizar os serviços

(MUSGRAVE, 2022)	Observar a saúde mental de músicos do Reino Unido durante o primeiro ano de pandemia	Reino Unido	Coleta de dados e discussões sobre a saúde mental de profissionais do setor	Fontes da mídia, incluindo artigos de jornais e websites, seminários <i>online</i> e blogs e redes sociais de músicos britânicos	Grande impacto financeiro causado pelo cancelamento de eventos, juntamente de auxílio governamental pouco efetivo. Os agentes do setor sofreram com ansiedade a respeito da perda de emprego, renda e capacidade de se sustentar autonomamente
(OLIVER e LALCHEV, 2022)	Observar a transformação digital e seus impactos na indústria da música global e seu papel no estabelecimento de inovações criativas em empreendimentos no setor	Global	Literatura secundária disponível para estudo exploratório e descrição explicativa	Literatura secundária para a exploração do tema	Prejuízo na renda de eventos presenciais e aumento na renda de gravadoras associadas ao <i>streaming</i> . Maior acessibilidade a produção de música via redes sociais. Substantial crescimento de assinantes pagos nas plataformas de <i>streaming</i> e destaque no uso do aplicativo <i>Twitch</i>
(PINTO, 2021)	Analisar a satisfação, lealdade e disposição a pagar por assinaturas premium de usuários de serviços de <i>streaming</i> de música durante o período da pandemia	Portugal	Modelo de Mínimos Quadrados Parciais para analisar as variáveis	Perspectiva individual de 210 pessoas através de questionário	Foi encontrado alto nível de satisfação em relação as plataformas de <i>streaming</i> , grande taxa de lealdade para com os serviços, e suposição da contribuição da pandemia para o crescimento do <i>streaming</i> , com impactos sentidos a longo-prazo
(RIBEIRO <i>et al.</i> , 2021)	Comparar os hábitos de pessoas com e sem depressão a respeito de seus consumos de músicas durante o período da pandemia	Brasil	Estudo quantitativo, por meio de questionários <i>online</i> pelos participantes	494 participantes brasileiros, entre 18 e 76 anos	Pôde ser observado papel importante da música para pessoas com sintomas depressivos. Também foi percebido o papel de regulador de humor da música, com seu consumo tendo sido aumentado na pandemia
(SILVA <i>et al.</i> , 2021)	Estudar mudanças no comportamento de compra de estudantes em relação ao consumo de serviços de <i>streaming</i> na pandemia	Universidade Federal de Santa Catarina	Pesquisa descritiva, com questionário estruturado <i>online</i> e análise das respostas acerca dos hábitos de consumo de música <i>online</i>	Respostas de 574 estudantes de distintas fases e cursos da Universidade Federal de Santa Catarina	Aumento do uso do serviço de <i>streaming Spotify</i> , com aumento no tempo de uso e nos gastos com o setor. Foi observado crescimento no número de assinantes pagos nos aplicativos
(STRONG e CANNIZZO, 2020)	Compreender os efeitos do corona virus na renda e nas atividades laborais da indústria da música, entendendo os possíveis riscos e benefícios da situação	Vitória, Austrália	<i>Survey</i> com 40 questões abertas e fechadas sobre o cenário econômico da indústria da música	Pesquisa financiada pelo Escritório Vitoriano para Mulheres e pelo Escritório Vitoriano de Desenvolvimento de Música	Decrescimento tanto da renda quanto do tempo gasto, com destaque no setor de músicas ao vivo. Perda de trabalho associado a música e redução do nível de emprego integral.

(SWARBRICK <i>et al.</i> , 2021)	Compreender a associação entre concertos virtuais e suas experiências de conexão social e <i>kama muta</i>	Global	Respostas de <i>surveys</i> sobre concertos e sobre características pessoais dos entrevistados	Questionários com 307 participantes de 13 países e 4 continentes diferentes	Indícios que os participantes se sentiam mais movidos em concertos onde existia maior noção compartilhada da pandemia e de seus efeitos. Quanto mais os telespectadores interagiam com os artistas, mais conectados e energéticos eles se sentiam. O <i>kama muta</i> também foi sentido mais vezes quando as pessoas se sensibilizavam pelas experiências negativas que as outras estavam enfrentando.
(TAYLOR, RAINE e HAMILTON, 2020)	Destacar as maneiras pelas quais a COVID-19 perturbou a prática espacial da música e debater sobre as necessidades de novas representações espaciais na música e de novas criações de práticas músico-espaciais	Reino Unido	Utiliza a tríade de espacialidade de Lefebvre como uma lente teórica para análise	Dados empíricos de projetos de pesquisa em andamento na Escócia e nas regiões de Midlands, Inglaterra	Necessidade de reconceber os espaços físicos em função das novas medidas de distanciamento social.
(TAYLOR, RAINE e HAMILTON, 2021)	Analisar eventos musicais, associando às maneiras que o espaço é produzido e consumido e considerar os meios que o governo e a indústria podem utilizar para refrear a crise	Reino Unido	Análise Lefebvriana do cenário musical britânico	Revisão de literatura e análise do setor inglês de música	Necessidade de análise da crise sob óptica de materialidade espacial. Acesso desigual a auxílios monetários sem transformações de longo-prazo a respeito das estruturas e processos do setor
(TEIXEIRA, <i>et al.</i> , 2021)	Abordar as dificuldades de músicos e as medidas de autoridades públicas e privadas para mitigar o impacto social do Covid-19	Belo Horizonte, Minas Gerais, Brasil	Revisão das ações tomadas por diversas cidades ao redor do mundo, com posterior foco em Belo Horizonte	Lista de mobilização cultural em resposta a pandemia elaborada pela <i>Cités et Gouvernements Locaux Unis (CGLU)</i>	Ação lenta do governo, redução da média salarial e nenhum acréscimo de renda. Apenas 1 entrevistado afirmou receber pagamento via direitos autorais
(VLASSIS, 2020)	Entender os efeitos da pandemia nas estratégias globais de plataformas <i>online</i> , de forma a observar se pode ocorrer vantagem econômica e tecnológica para os serviços de <i>streaming</i>	Global	Análise de dados de empresas da indústria da música durante a pandemia, e debate acerca de seus impactos na saúde do setor	Revisão de dados disponibilizados pelas principais plataformas de <i>streaming</i>	Declínio inicial no consumo, com conseqüente recuperação do setor, que demonstrou expressivo crescimento em assinantes pagos. Outro fator que contribuiu para o cenário foi a intensa queda da renda do comércio musical físico. O cancelamento de eventos também direcionou usuários para o consumo digital, intensificando o uso das plataformas

Fonte: Elaboração Própria

5 METODOLOGIA

A metodologia utilizada para análise consiste na revisão de literatura de artigos acadêmicos e publicações de diversas áreas de estudo que objetivaram compreender a conjuntura da indústria fonográfica, o funcionamento de eventos musicais presenciais, a importância da música para a saúde mental em tempos de crise e os mecanismos de operação das plataformas de *streaming*, tendo em vista os impactos que a pandemia do Covid-19 causou no setor.

Por meio de pesquisa online, foi compilado um conjunto de publicações das áreas de psicologia, marketing, administração, estudos sociais e, principalmente, economia. Recorrendo a plataforma “*Google Acadêmico*”, foram obtidos artigos brasileiros, assim como do restante do mundo. A pesquisa também foi aprofundada através da análise das referências bibliográficas dos textos encontrados inicialmente, os quais forneceram mais trabalhos para complementar o presente estudo.

Para delimitar o alcance das buscas feitas no *Google Acadêmico*, foram utilizados termos-chave relacionados ao tema, filtrando assim os trabalhos de menor relevância. Os termos pesquisados foram “*music industry covid*”, “*streaming music pandemic*”, “*digital transformation in the music industry covid*” para artigos estrangeiros e “pandemia e consumo de música” para artigos brasileiros e portugueses. Foram encontrados 28 artigos relevantes, de diversos países, instituições e setores, os quais utilizaram as mais diversas metodologias. Ademais, foram selecionados estudos quantitativos e qualitativos, de forma a expandir o alcance da revisão.

Devido a atualidade do tema, onde os estudos acerca da pandemia ainda são novidade no âmbito acadêmico, não foi extenso o número de publicações de qualidade encontradas, sendo muitas delas de caráter exploratório, estudos de caso de estabelecimentos específicos ou análises econométricas com amostras reduzidas. É possível que ao longo do tempo as análises desse período tão conturbado se expandam, fornecendo uma melhor compreensão do funcionamento da indústria fonográfica.

6 RESULTADOS

É possível observar, por meio da revisão de artigos e estudos de caso acerca do funcionamento da indústria fonográfica no Brasil e no mundo durante a pandemia do Covid-19, um padrão de características comuns entre os trabalhos. É oportuno ressaltar que os impactos negativos causados em diversos setores da economia pelo vírus não pouparam a indústria da música, sendo essa uma das mais prejudicadas tanto de maneira monetária, quanto na saúde mental de artistas e consumidores (MUSGRAVE, 2022).

O compilado de artigos acerca do tema, compostos por textos desde as primeiras semanas da pandemia, em 2020, até textos recentes no ano de 2023, embasam o estudo da indústria e responderam algumas perguntas importante, a saber: De que maneira artistas e empresários do setor lidaram com a pandemia, observando as estratégias bem-sucedidas e as que não tiveram tanto êxito? Quais tecnologias foram bem aplicadas durante a transição de plataformas físicas para as digitais? Quais políticas de suporte público foram ofertadas e qual seu grau de sucesso?

Os resultados mais frequentemente reportados foram em relação ao cancelamento de eventos ao vivo que, devido às medidas de distanciamento social, perderam a maior parte de sua renda e não conseguiram adaptar o modelo digital ao funcionamento da empresa. Strong *et al.* (2020), Kalyuzhnova (2021), Taylor *et al.* (2020 e 2021), Gerasimova (2022), Gligorijevic (2022), Guerre *et al.* (2021), Dee (2020), Musgrave (2022), Ghezzi *et al.* (2021), Ferreira (2020) e Guerra *et al.* (2021) encontraram em suas pesquisas evidências de que os eventos ao vivo tiveram sérios impactos na economia da indústria, onde artistas foram incapazes de se sustentarem, tendo em vista a elevada e brusca queda na renda, e o uso de tecnologias digitais para transmissões de eventos não foi capaz de substituir o trabalho presencial, devido a dificuldades com equipamento, conciliação entre o ambiente doméstico e o trabalho e o engajamento do público abaixo do necessário. Dee (2020) apresenta dados que estimam um declínio de 70% no número de eventos devido aos cancelamentos, e uma perda de cerca de 76% na audiência em relação ao ano anterior. Diversos agentes da área afirmaram estar planejando mudar de ramo, tendo em vista o cenário do mercado.

Ainda que os artistas e casas de eventos tenham sentido dificuldades em se adaptar ao mundo online, é notável a demanda por esse tipo de evento pela população. Gligorijevic (2022) encontrou, por meio de suas entrevistas, que frequentadores de um dos poucos locais que organizou apresentações presenciais na Suíça durante a pandemia afirmaram ter ido ao local, mesmo sendo distante de suas casas, por ser uma das limitadas opções disponíveis.

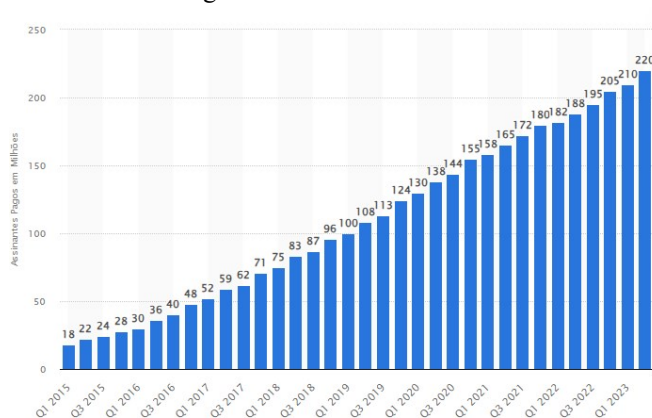
Bridge (2023) chegou à conclusão semelhante ao estudar um grupo de pessoas que afirmaram ter assistido transmissões musicais online durante a quarentena, onde 77% aprovaram o evento, mesmo com suas limitações. Esses estudos evidenciam a necessidade que a população possui de consumir performances e apresentações culturais, sejam elas presenciais ou transmitidas, especialmente em momentos vulneráveis como a enfrentada na crise do Covid.

Embora a indústria de *streaming* tenha crescido consistentemente nos últimos anos (IFPI 2023), a nível local os artistas não conseguiram obter sustento suficiente por meio das plataformas digitais (TEIXEIRA *et al.* 2021, STRONG *et al.* 2020, KALYUZHNOVA *et al.* 2021, TAYLOR *et al.* 2020, GUERRE *et al.* 2021, MUSGRAVE 2022, GHEZZI *et al.* 2021, FERREIRA 2020 e GUERRA *et al.* 2021), indicando uma estrutura que beneficia apenas o topo dos artistas que possuem relevância a níveis nacionais e internacionais, e conseguem alta lucratividade, enquanto artistas locais de pequeno porte e que trabalham de forma independente enfrentam dificuldades para se manter no setor. Teixeira *et al.* (2021) observou que 70,8% das pessoas estudadas em Belo Horizonte demonstraram queda salarial no período, enquanto Strong *et al.* (2020) encontrou evidências de que 44% dos entrevistados perdeu seu emprego no setor da música. Kalyuzhnova *et al.* (2021) observou que, dos 102 representantes da indústria fonográfica no Cazaquistão, 60% não foram capazes de obter renda com a digitalização. Mesmo que a revolução das plataformas de *streaming* no cenário musical tenha revitalizado a economia de uma indústria decadente, o artista que depende dela para sua renda encontra dificuldades em se estabelecer caso não possua números de visualizações elevados, diferente de artistas que contam com eventos presenciais.

Esse efeito tende a se aprofundar, tendo em vista que o setor de *streaming* foi a única parte da indústria fonográfica a apresentar resultados positivos na pandemia, demonstrando crescimento econômico e maior adesão por parte da população no consumo de música (BREM *et al.* 2021, DENK *et al.* 2022, CARLSON *et al.* 2021, PINTO 2021, GHEZZI *et al.* 2021, SILVA *et al.* 2021, MARCHI *et al.* 2022, HURWTIZ *et al.* 2021 e VLASSIS 2020). O consumo da música via digital se tornou um hábito frequente entre as pessoas, as quais estavam isoladas de convívio social e possuíam poucas alternativas de entretenimento em casa, e é esperado que esse consumo mantenha-se mesmo com o fim das medidas de distanciamento. Carlson *et al.* (2021) encontrou evidências de que, dos 432 entrevistados de diversos países, 60,7% mudaram sua forma de consumo diário e 38,7% afirmaram consumir mais música *online* durante a pandemia. De maneira similar, Silva *et al.* (2021) evidenciou que, na Universidade Federal de Santa Catarina, 35,9% dos alunos entrevistados começaram a utilizar o serviço de *streaming Spotify*, com aumento de 5% no número de assinantes

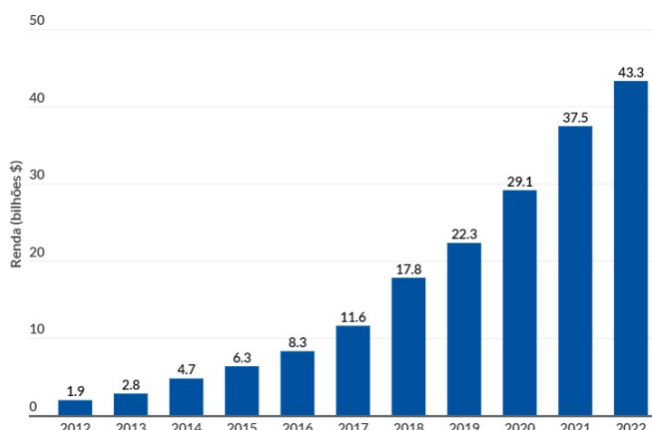
premium. O único estudo que demonstrou resultados contrários foi de Ghaffari, que por meio de observações do aplicativo *Last.fm*, encontrou redução de 15% no consumo.

Gráfico 6 – Número Global de Assinantes *Premium* do *Spotify* do Primeiro Trimestre de 2015 até o Segundo Trimestre de 2023



Fonte: SPOTIFY. Number of Spotify premium subscribers worldwide from 1st quarter 2015 to 2nd quarter of 2023. Statista. Disponível em <https://www.statista.com/statistics/244995/number-of-paying-spotify-subscribers/>. Acesso em: 25/09/2023

Gráfico 7 – Renda Global Anual do *Streaming* de Música Entre 2012 e 2022 (bilhões de dólares)



Fonte: Dados de Empresas, RIAA, Statista. Disponível em: <https://www.businessofapps.com/data/music-streaming-market/>. Acesso em: 25/09/2023

Apesar das dificuldades enfrentadas por agentes do setor, sob uma ótica da psicologia, é possível verificar em diversos trabalhos os impactos positivos que a música gerou na saúde mental da população, principalmente em períodos de crise (KRAUSE *et al.* 2020, CARLSON *et al.* 2021, RIBEIRO *et al.* 2021). O medo e a ansiedade pelos riscos à saúde, o bem-estar e a renda próprios e de parentes e amigos prejudicou a maior parte das pessoas, de forma que pesquisas conseguiram encontrar correlação entre o consumo de música e uma

melhora no humor, assim como uma maneira de substituir as interações sociais físicas com os shows digitais, onde pessoas se reuniam nas salas de suas casas para ter um momento de convívio que remetia a normalidade. Krause *et al.* 2020, Carlson *et al.* 2021, Bridge 2023, Pinto 2021, Ferreira *et al.* 2021, Swarbrick *et al.* 2021, Silva *et al.* 2021, Ribeiro *et al.* 2021 e Hurwitz *et al.* 2021 demonstraram por meio de seus estudos que a atividade de ouvir música não somente gerou entretenimento como serviu de meio para acalmar e regular o humor individual e as transmissões de shows online substituí de maneira razoavelmente efetiva o contato físico pré-pandemia que foi tão prejudicado com o distanciamento social. Bridge (2023) destaca que 77% dos entrevistados afirmaram ter apreciado os eventos *online* disponíveis, tendo em vista que, apesar de possuírem problemas, foram uma substituição interessante aos eventos presenciais que precisaram ser cancelados.

Apesar dos efeitos positivos mencionados, Kalyuzhnova *et al.* 2021, Gerasimova (2022), Ferreira (2020) e Guerra *et al.* 2021 destacaram, através da perspectiva de artistas que participaram de transmissões, que as dificuldades em manter a qualidade do áudio e vídeo e o baixo engajamento com a plateia foram os aspectos que mais desestimularam sua produção. Mesmo que novas tecnologias tenham surgido e se aperfeiçoado para tornar o evento musical online mais fácil (OLIVER *et al.* 2022, GERASIMOVA 2022, GHEZZI *et al.* 2021 e MARCHI *et al.* 2022), as dificuldades em adaptação e uso dos novos métodos resultaram em rejeição por parte da comunidade, que ainda prefere o sistema tradicional de produção.

Por fim, outro ponto de destaque nas pesquisas foi o debate acerca de como os danos causados pela pandemia poderiam ter sido mais efetivamente remediados e quais políticas promovidas por setores públicos e privados tiveram melhores resultados. Oliver *et al.* (2022) e Gerasimova (2022) destacaram a plataforma *Twitch* como uma plataforma efetiva para artistas realizarem shows, tendo em vista seu serviço de financiamento direto entre o espectador e o músico. Os auxílios monetários fornecidos pelo governo foram frequentemente acusados de possuírem baixo valor e acesso desigual e difícil, sendo tido como insuficiente para enfrentar a diminuição de renda durante a pandemia (TAYLOR *et al.* 2021, GUERE *et al.* 2021, DEE 2020, MUSGRAVE 2022 e FERREIRA 2020). Os estudos que realizaram entrevistas com agentes do setor concordaram que a ação do governo deveria ter sido mais intensa e as decisões de reestruturação da indústria deveriam ter sido consultadas com produtores, organizadores e gravadoras experientes, que seriam capazes de direcionar e aumentar a eficiência dos auxílios prestados. De acordo com Musgrave (2022), 45% de artistas e pessoas do setor observadas no Reino Unido não estavam aptas a receber auxílio governamental, assim como parte dos entrevistados por Ferreira (2020).

É possível traçar um paralelo entre as pesquisas brasileiras com as pesquisas realizadas no restante do mundo, encontrando resultados similares. Tanto os alunos da Universidade Federal de Santa Catarina, observados no estudo de Silva *et al.* (2021) quanto os alunos norte-americanos da Universidade de Cornell, analisados por Hurwitz *et al.* (2021) demonstraram um aumento no consumo de música via *streaming*, usando a atividade como meio de entretenimento. O estudo brasileiro feito por Ribeiro *et al.* (2021), assim como a pesquisa realizada na Austrália por Krause *et al.* (2020) exibiram tendências semelhantes: o uso da música como meio de regular o humor, diminuir o stress, relaxar e se expressar. Mesmo em países tão distantes, o comportamento humano e o uso da música como válvula de escape dos problemas do dia a dia se repetem.

Ferreira (2020), em seu estudo da conjuntura da indústria musical no Vale do Paraíba, São Paulo, encontrou, por meio de entrevistas com atuantes do setor, evidências que o auxílio governamental para artistas e profissionais da cultura foi de difícil acesso e de valor insuficiente para a reestruturação financeira durante a crise. Esse mesmo argumento foi apresentado por Taylor *et al.* (2021), Guere *et al.* (2021), Dee (2020) e Musgrave (2022) em seus respectivos artigos, que tinham como base de estudo o Reino Unido e a Europa. Tanto nos estudos estrangeiros como nas análises brasileiras é possível pontuar uma necessidade de suporte governamental mais abrangente, de fácil acesso e com maiores valores, sendo assim capazes de compensar parte da renda perdida com o cancelamento de eventos e fechamento de casas de eventos.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Por meio da revisão de artigos acadêmicos, pesquisas exploratórias e análise de dados de relatórios acerca da conjuntura do setor, o presente trabalho objetivou compreender a dinâmica da indústria fonográfica, associada à sua modernização através das plataformas de consumo de música digital, sob uma perspectiva econômica e social. Também foi objeto de estudo o cenário da indústria e seu comportamento durante e após o período da pandemia do vírus Covid-19, observando de quais maneiras produtores, artistas e casas de eventos se portaram diante da crise, assim como as maneiras que consumidores interagiram com a música, com destaque ao seu gasto monetário, tempo despendido, hábitos de uso de aplicativos e importância das plataformas de reprodução de músicas na saúde mental das pessoas.

A metodologia de pesquisa do presente trabalho fez uso de 28 artigos de diversas áreas do conhecimento e de múltiplas nacionalidades, sendo utilizados artigos de caráter quantitativo e qualitativo. A revisão individual de cada projeto e a posterior elaboração de um quadro-resumo embasaram a discussão dos resultados obtidos. Dessa forma, foi possível analisar que, a indústria da música, indústria que enfrentou por muitos anos uma trajetória decrescente em sua renda e nas vendas de mídias físicas, foi transformada pelo surgimento das plataformas de *streaming* no meio digital, prosperando economicamente e se tornando um dos setores mais rentáveis do entretenimento.

Entretanto, foi possível observar que, especialmente no momento de vulnerabilidade da pandemia, artistas de pequeno e médio porte não foram capazes de obter renda suficiente através das plataformas digitais, mesmo que o consumo do *streaming* durante o distanciamento social tenha aumentado. A revisão de literatura destacou os principais problemas que agentes do setor enfrentaram, e demonstrou pouca eficiência das medidas de auxílio públicas propostas pelo governo, demonstrando a fragilidade da indústria e a necessidade de dedicação à sua estrutura.

Por fim, o trabalho também foi capaz de evidenciar a importância do consumo da música no dia-a-dia das pessoas, sendo este um dos principais meios de socialização e entretenimento ao longo da crise. A presente monografia almeja contribuir para a compreensão da indústria da música no presente e tentar identificar seu comportamento no futuro. Os resultados obtidos evidenciam a importância de artistas e demonstram a necessidade de proteção do setor, fornecendo argumentos a favor de políticas direcionadas ao seu auxílio. Esta pesquisa pode ser utilizada na avaliação da eficácia dos projetos

implementados pelo governo durante a pandemia, entendendo tanto os aspectos positivos quanto as partes deficitárias da atuação pública.

Por fim, é importante ressaltar que esse trabalho se deparou com certas limitações durante sua elaboração. O principal empecilho foi a acessibilidade à bases de dados de empresas do setor, que muitas vezes não são disponibilizadas para acesso ao público amplo. O acesso a relatórios que demandam pagamentos de valores inviáveis também limitou o estudo. Finalmente, a atualidade do tema tornou a literatura relativamente reduzida, sendo provável que estudos futuros disponham de maior variedade de abordagens e perspectivas, enriquecendo assim a compreensão do tema.

REFERÊNCIAS

AGUIAR, Luis; WALDFOGEL, Joel. Even the losers get lucky sometimes: New products and the evolution of music quality since Napster. *Information Economics and Policy*, Elsevier, v. 34, p. 1–15, 2016.

AGUIAR, Luis; WALDFOGEL, Joel. Streaming Reaches Flood Stage: Does Spotify Stimulate or Depress Music Sales? JRC Technical Reports, Joint Research Centre, 2015.

BRASIL. Ministério da Cultura. Plano da Secretaria da Economia Criativa: Políticas, diretrizes e ações, 2011 a 2014. Ministério da Cultura, Brasília, 2011.

BREM, A; VIARDOT, E; NYLUND, P. A. Implications of the coronavirus (COVID-19) outbreak for innovation: Which technologies will improve our lives? *Technological Forecasting and Social Change*, Volume 163, 2021.

BRIDGE, S. K. The social value of music during the COVID-19 pandemic: exploring the benefits of online music participation for social capital, education, belonging and wellbeing. *Journal of Beliefs & Values*, 2023.

CARLSON, E. *et al.* The role of music in everyday life during the first wave of the Coronavirus pandemic: A mixed-methods exploratory study. *Frontiers in Psychology*, Volume 12, 2021.

COPYRIGHT. *In.*: Dicio, Dicionário Online de Português. Porto: 7Graus, 2023. Disponível em: <<https://www.dicio.com.br/copyright/>>. Acesso em: 22/09/2023

CORAZZA, Rosana Icassatti. Criatividade, inovação e economia da cultura: abordagens multidisciplinares e ferramentas analíticas. *Revista Brasileira de Inovação*, Campinas, 12 (1), p. 207-231, janeiro/junho 2013

CUNHA, A. M.; PRATES, D. M.; BICHARA, J. S.; VALIATI, L. Impactos Econômicos da Economia Criativa com Ênfase no Comércio Internacional: Conceitos, Métricas e Estimativas Para o Caso do Brasil. *In*: VALIATI, Leandro; MOLLER, Gustavo (Org.). *Economia criativa, cultura e políticas públicas*. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2016. p. 96-125. Disponível em: <<https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/199430/001016545.pdf?sequence=1&isAllowed=y>>. Acesso em: 23/09/2023

CVETKOVSKI, Trajce. *The Political Economy of the Music Industry: Its Rise and Stall*. Em: *Australasian Political Studies Association Conference*. Adelaide: Universidade de Adelaide, 2004.

DCMS – Department of Culture, Media and Sports. *Creative industries mapping document*. London, 2001. Disponível em: <https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/183558/Part3-Appendix2001.pdf>. Acesso em: 15/08/2023

DEE, A. *Key Numbers – Impact of the Covid-19 Pandemic on 2,600 Live DMA European Music Venues and Clubs in 2020*. Live DMA, Nantes, 2020. Disponível em: <

http://www.live-dma.eu/wp-content/uploads/2020/10/KEY-NUMBERS-IMPACT-OF-THE-COVID-19-PANDEMIC-ON-2600-LIVE-DMA-EUROPEAN-MUSIC-VENUES-AND-CLUBS-IN-2020_September-2020.pdf>. Acesso em: 23/10/2023.

DENK J.; BURMESTER A.; KANDZIORA M.; CLEMENTE M. The impact of COVID-19 on music consumption and music spending. PLoS One, 2022.

E-COMMERCE. *In.*: Cambridge Dictionary. Cambridge University Press, Cambridge, 2023. Disponível em: <<https://dictionary.cambridge.org/pt/dicionario/ingles/e-commerce>>. Acesso em: 24/09/2023

EUROPEAN COMMISSION. The Economy of Culture in Europe. 2006

FERNÁNDEZ, V.; GERASIMOVA, B. “IRL to URL: Digitalization in the live music scene during and post-COVID-19: A platform-driven study of the live music scene and its approaches”. Universidade de Jönköping, 2022.

FERREIRA, B. Música enfrentando a COVID-19: uma análise da cena musical do Vale do Paraíba durante a pandemia. Universidade de São Paulo, São Paulo, 2020.

FERREIRA, F. L. *et al.* The rise and fall of live online music event consumption during the pandemic: an analysis from the perspective of practice theory. Cadernos EBAPE.BR, Volume 20, Número 3, 2021, p. 401-416.

GHAFFARI, M. *et al.* The impact of COVID-19 on online music listening behaviors in light of listeners’ social interactions. Multimedia Tools and Applications, 2023.

GHEZZI, D. R.; KIRSCHBAUM, C. O impacto da COVID-19 na transformação digital da indústria da música. Revista Eletrônica de Ciência Administrativa, Volume 21, Número 2, Curitiba, 2022, p. 275-301.

GLIGORIJEVIC, J. A place outside the pandemic? An ethnographic study of live music events at St Gallen's cultural venue Palace during the COVID-19 crisis. Popular Music, Volume 41, Número 2, 2022, p. 216-237.

GOODWIN, C. Art and Culture in the History of Economic Thought. *In.*: Handbook of the Economics of Art and Culture. Elsevier, Volume 1, 2006, p. 25-68.

GORGULHO, L. F.; GOLDENSTEIN, M.; ALEXANDRE, P. V. M.; MELLO, G. A. T. A economia da cultura, o BNDES e o desenvolvimento sustentável. BNDES Setorial, Rio de Janeiro, n. 30, p. 299-355, set. 2009.

GUERRA, P.; OLIVEIRA, A.; SOUSA, S. Um Requiem Pelas Músicas que Perdemos: Percursos com Paragens Pelos Impactos da Pandemia na Produção Musical Independente em Portugal. O Público e o Privado, Número 38, 2021.

GUERRE, D.; DEE, A. “2021 - Stay Alive - Evaluation of the effects of the pandemic by live music associations in Europe as part of Live DMA “. Live DMA, Nantes, 2021. Disponível em: <<https://www.live-dma.eu/wp-content/uploads/2021/01/2021-Stay-Alive-Evaluation-of-the-ef>

fects-of-the-pandemic-by-live-music-associations-in-Europe-as-part-of-Live-DMA_2021.01..pdf>. Acesso em: 23/10/2023.

HURWITZ, E. R.; KRUMHANSL, C. L. Shifting Listening Niches: Effects of the COVID-19 Pandemic. *Frontiers in Psychology*, Volume 12, 2021.

IFPI. Global Music Report: State of the Industry. 2023. Disponível em: <https://www.ifpi.org/wp-content/uploads/2020/03/Global_Music_Report_2023_State_of_the_Industry.pdf>. Acesso em: 15/08/2023

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. Perfil dos municípios brasileiros – Cultura 2006. Rio de Janeiro, 2007.

KALYUZHNOVA, Y.; KHLYSTOVA, O.; IMAYO, A. The impact of the COVID-19 pandemic on the music industry: evidence from Kazakhstan. *Journal of International Relations Theory and World Politics*, Volume 19, 2021, p. 147-156.

KRAUSE, A. E.; DIMMOCK, J.; REBAR, A. L.; JACKSON, B. Music Listening Predicted Improved Life Satisfaction in University Students During Early Stages of the COVID-19 Pandemic. *Frontiers in Psychology*, Volume 11, 2021.

LIEBOWITZ, Stan J. How much of the decline in sound recording sales is due to file-sharing? *Journal of Cultural Economics*, Springer, Volume 40, n. 1, p. 13–28, 2014.

MARCHI, L.; HERSCHMANN, M.; KISCHINHEVSKY, M. Mudanças relevantes na indústria da música em tempos de pandemia - Plataformização e financeirização no streaming de áudio e vídeo. *Revista Eptic*, Volume 24, Número 2, 2022, p. 47-64.

MORLEY, I. A Multi-Disciplinary Approach to the Origins of Music: Perspectives from Anthropology, Archaeology, Cognition and Behaviour. *Journal of Anthropological Sciences*, Istituto Italiano di Antropologia, Volume 92, 2014, p. 147–177.

MUSGRAVE, G. “Losing Work, Losing Purpose”: Representation of Musicians Mental Health in the Time of COVID-19. *In: MORROW, G.; NORDGARD, D.; TSCHMUCK, P. Rethinking the Music Business: Music Contexts, Rights, Data, and COVID-19*. Springer International Publishing, Cham, 2022, p. 11-28.

OLIVER, P.; LALCHEV, S. Digital Transformation in the Music Industry: How the COVID-19 Pandemic Has Accelerated New Business Opportunities. *In: MORROW, G.; NORDGARD, D.; TSCHMUCK, P. Rethinking the Music Business: Music Contexts, Rights, Data, and COVID-19*. Springer International Publishing, Cham, 2022, p. 55–72.

PAGE, Will. Adventures in the Netherlands. Spotify, 2013. Disponível em: <<https://www.musicbusinessworldwide.com/files/2014/12/Will-Page-2013-Adventures-in-the-Netherlands-Final.pdf>>. Acesso em: 25/08/2023

PINTO, M. P. Managing the impact of the pandemic in the music industry. ISCTE, Lisboa, 2021.

RAINE, S.; TAYLOR, I.; HAMILTON, C. COVID-19 and the UK Live Music Industry: A Crisis of Spatial Materiality. *The Journal of Media Art Study and Theory*, Volume 1, 2020.

RAINE, S.; TAYLOR, I.; HAMILTON, C. Crisis as a Catalyst for Change: COVID-19, Spatiality and the UK Live Music Industry. *IASPM Journal*, Volume 11, 2021, p. 6-21.

RIBEIRO, F. S. *et al.* Music Listening in Times of COVID-19 Outbreak: A Brazilian Study. *Frontiers in Psychology*, Volume 12, 2021.

SALAZAR, Leonardo. *Música Ltda.: O Negócio da Música Para Empreendedores*. Sebrae, 2ª edição, Recife, 2015.

SANGUINET, E. R.; CALVETE, C. S.; WAISMANN, A. P. Economia da Cultura e Economia Criativa no Brasil: Uma Análise Conjuntural do Mercado de Trabalho (2014-2016). *In: VALIATI, Leandro; MOLLER, Gustavo (Org.). Economia criativa, cultura e políticas públicas*. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2016. p. 96-125. Disponível em: <<https://lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/199480/001016546.pdf?sequence=1&isAllowed=y>>. Acesso em: 23/09/2023

SILVA, T. S. *et al.* Alteração do Comportamento dos Estudantes de Graduação da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) em Relação ao Consumo de Serviços de Streaming Após o Início da Pandemia. *Revista Gestão e Desenvolvimento*, Volume 18, Número 3, 2021, Página 51-79.

SPOTIFY. Number of Spotify monthly active users (MAUs) worldwide from 1st quarter 2015 to 2nd quarter 2023. Statista. Disponível em: <<https://www.statista.com/statistics/367739/spotify-global-mau/>>. Acesso em: 25/09/2023

SPOTIFY. Number of Spotify premium subscribers worldwide from 1st quarter 2015 to 2nd quarter of 2023. Statista. Disponível em: <https://www.statista.com/statistics/244995/number-of-paying-spotify-subscribers/>. Acesso em: 25/09/2023

STREAMING. *In: Dicionário Priberam da Língua Portuguesa [em linha]*, 2008-2023, Disponível em: <<https://dicionario.priberam.org/streaming>>. Acesso em: 19/09/2023.

STRONG, C.; CANNIZZO, F. *Understanding Challenges to the Victorian Music Industry During COVID-19*. Melbourne, 2020.

SWARBRICK, D. *et al.* Corona Concerts: The Effect of Virtual Concert Characteristics on Social Connection and Kama Muta. *Frontiers in Psychology*, Volume 12, 2021.

TEIXEIRA, N. *et al.* Covid-19 Impact on the Music Sector in Belo Horizonte (Minas Gerais, Brazil). Belo Horizonte, 2021

UNITED NATIONS CONFERENCE ON TRADE AND DEVELOPMENT - UNCTAD. *Creative Economy Outlook 2022: The International Year of Creative Economy for Sustainable Development: Pathway to resilient creative industries*. Genebra, 2022.

UNITED NATIONS CONFERENCE ON TRADE AND DEVELOPMENT – UNCTAD.
Creative Economy Report 2008. Genebra, 2008.

VILAR, Emílio Rui. Sobre a Economia da Cultura. *Comunicação & Cultura*, n. 3, p. 131-144, 2007.

VLASSIS, A. Global Online Platforms, the Winning Actors of the Great Lockdown? The Case of the Music Industry. *International Federation of Coalitions for Cultural Diversity*, Número 5, 2020.