



**16a21
OUT
2017**

XV MOSTRA DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA

VII SALÃO DE EXTENSÃO, PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO

O atendimento às normas da ABNT é de responsabilidade dos autores.



O CROWDFUNDING COMO ALTERNATIVA PARA O MERCADO DA MÚSICA INDEPENDENTE: ESTUDO DE CASO DA BANDA APANHADOR SÓ

Graduação: Publicidade e Propaganda
Área temática: Ciências Sociais Aplicadas
Resultados: Resultado Final
Forma de apresentação: Oral

Luis Henrique Bottoni¹ - Vanessa Amália Dalpizol Valiati²

RESUMO

A vida social vem mudando: as relações ficaram líquidas, e passamos a nos organizar em tribos culturais. A internet é o grande possibilitador disso tudo. Hoje, somos capazes de organizar as diferentes partes do conhecimento de cada um, o que chamamos crowdsourcing. Além de nos organizarmos para criar, somos capazes de unir pessoas para o financiamento de projetos, o que chamamos de crowdfunding. O mercado musical sentiu muito essas transformações. Assim, este trabalho busca entender como o crowdfunding vem transformando a produção musical independente, além de transformar a relação entre músicos e consumidores. O tema é atual, tratando da transformação de um mercado significativo e de relações que não mudavam há tempo. A pesquisa é indutiva exploratória, partindo do estudo de caso da banda Apanhador Só. A coleta de dados é feita de forma documental, cruzando situações do caso com teorias consolidadas, e apresenta uma entrevista em profundidade. Ao final da pesquisa, percebe-se o papel do crowdfunding como uma alternativa de financiamento para produções musicais independentes, servindo como forma de captação para artistas que contam com capital social e veem o crowdfunding como forma de monetizar sua comunidade. A presente pesquisa contribui na busca pelo entendimento do papel da música nas relações mediadas pela internet, através da análise de um novo método de financiamento que surge para parte desse meio. O presente trabalho pode servir como base para mais avanços científicos, no sentido de compreender melhor o papel social da cultura, da internet e da economia colaborativa.

Palavras-chave: Cultura. Consumo. Crowdfunding. Economia Colaborativa. Música.

¹ Acadêmico da Universidade Feevale. luisxddd@gmail.com

² Professora Orientadora da Universidade Feevale. vanessavaliati@feevale.br



**16a21
OUT
2017**

XV MOSTRA DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA

VII SALÃO DE EXTENSÃO, PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO

O atendimento às normas da ABNT é de responsabilidade dos autores.



REFERÊNCIAS

MAFFESOLI, Michel. *O Tempo das Tribos: O Declínio do Individualismo nas Sociedades de Massa*. Tradução Maria de Lourdes Menezes. 5ª ed. Rio de Janeiro: Forense, 2014.

SHIRKY, Clay. *A Cultura da Participação: Criatividade e Generosidade no Mundo Conectado*. Tradução Celina Portocarrero. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

HOWE, Jeff. *O Poder Das Multidões: Por Que A Força da Coletividade Está Remodelando O Futuro Dos Negócios*. Tradução Alessandra Mussi Araujo. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009

BAUMAN, Zygmunt. *Modernidade Líquida*. Tradução Plínio Dentzen. Rio de Janeiro: Zahar, 2001

JENKINS, Henry. *Cultura da Convergência*. Tradução Susana L. de Alexandria. 2ª ed. São Paulo: Aleph, 2009.