

UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE
CENTRO DE ESTUDOS GERAIS
GRADUAÇÃO EM PRODUÇÃO CULTURAL

GABRIEL BARROS GUIMARÃES

O CONCEITO DE ÁLBUM COMO FORMATO ARTÍSTICO PARA ALÉM DOS
SUPORTES TECNOLÓGICOS E RECONFIGURAÇÕES DO MERCADO
FONOGRÁFICO

NITERÓI

2012

GABRIEL BARROS GUIMARÃES

O CONCEITO DE ÁLBUM COMO FORMATO ARTÍSTICO PARA ALÉM DOS
SUPORTES TECNOLÓGICOS E RECONFIGURAÇÕES DO MERCADO
FONOGRÁFICO

Monografia apresentada ao Curso de
Graduação em Produção Cultural da
Universidade Federal Fluminense, como
requisito parcial para obtenção do Grau de
Bacharel.

Orientador: Prof. Me. Luiz Carlos Mendonça

Niterói

2012

GABRIEL BARROS GUIMARÃES

O CONCEITO DE ÁLBUM COMO FORMATO ARTÍSTICO PARA ALÉM DOS
SUPORTES TECNOLÓGICOS E RECONFIGURAÇÕES DO MERCADO
FONOGRÁFICO

Monografia apresentada ao Curso de
Graduação em Produção Cultural da
Universidade Federal Fluminense, como
requisito parcial para obtenção do Grau de
Bacharel.

Aprovada em novembro de 2012.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Me. Luiz Carlos Mendonça
Universidade Federal Fluminense

Prof. Dr. José Maurício Saldanha Alvarez
Universidade Federal Fluminense

Tatiana Lima Alves
Universal Music Brasil

Niterói

2012

RESUMO

Este trabalho tem por objetivo discutir o conceito de álbum fonográfico e que papel ele desempenhou no estabelecimento da indústria fonográfica, desde seu surgimento aos dias atuais. Para tanto, será exposta a história da formação da indústria do disco, como se deu o processo que levou ao estabelecimento e crescimento desta indústria, assim como sua importância na cultura popular. Serão abordados aspectos artísticos, sociais, econômicos e culturais da influência que o álbum fonográfico assumiu no cotidiano e as discussões sobre sua permanência ou não frente às últimas mudanças tecnológicas, que levaram à desmaterialização de seu suporte físico.

Palavras-chave: indústria fonográfica; álbum; distribuição digital; suportes tecnológicos

SUMÁRIO

| | |
|---|----|
| INTRODUÇÃO | 6 |
| 1 O ÁLBUM | 8 |
| 1.1 A MÚSICA GRAVADA | 8 |
| 1.2 O LP E O ÁLBUM FONOGRAFICO..... | 11 |
| 1.3 O ÁLBUM NA CULTURA POPULAR | 13 |
| 2 DO LP AO CD | 16 |
| 2.1 O SUPORTE DIGITAL..... | 16 |
| 2.2 ICONOGRAFIA DO ÁLBUM..... | 17 |
| 2.3 O SUPORTE CD | 23 |
| 3 DESMATERIALIZAÇÃO | 26 |
| 3.1 O PROCESSO DE DIGITALIZAÇÃO DA MÚSICA | 26 |
| 3.2 “CRISE” DA INDÚSTRIA FONOGRAFICA..... | 28 |
| 3.3 UM NOVO NEGÓCIO | 30 |
| 3.4 O ÁLBUM E A NOVA DINÂMICA DE CONSUMO | 31 |
| CONCLUSÃO | 34 |
| BIBLIOGRAFIA | 36 |

INTRODUÇÃO

Neste trabalho se discutirá o conceito de álbum como obra fonográfica, sua formatação, e transformações ao longo da história, frente à constante reconfiguração do mercado da música. Serão abordadas as implicações decorrentes da consolidação do álbum musical como formato artístico, desde seu surgimento, acompanhando sua evolução na indústria fonográfica até a atualidade, considerando a situação de incerteza em que se encontra.

Inicialmente será posto o conceito que define o álbum fonográfico, sua época de surgimento e as relações possíveis para sua consolidação, interagindo com os atores que influenciaram para que isto ocorresse. Aqui, entra a discussão sobre o suporte físico: o surgimento da gravação, os diferentes formatos de disco, indo dos primeiros cilindros, passando pelo LP até o CD e chegando a desmaterialização dos arquivos digitais de música.

Em complemento à discussão sobre o suporte, será levantada a questão da cadeia de produção, distribuição e consumo, e como cada uma delas influencia a outra neste ciclo. Serão expostos exemplos ilustrativos dos efeitos da transição do LP para o CD, e do CD para os arquivos digitais e o estabelecimento de uma nova economia da música. Neste ponto é crucial discutir sobre como, apesar da nova configuração da indústria do disco e a consolidação do uso cotidiano amplo dos reprodutores de música digital portátil, persiste o hábito de pesquisar, catalogar e fruir as músicas em álbuns. O iPod é o exemplo mais emblemático

Além de o aparelho de reprodução possuir um apelo mercadológico simplesmente por ser fabricado pela Apple e que, portanto, atrai aficionados por seu design e funcionalidade, uma das qualidades de destaque é a organização que ele permite a seu usuário de catalogar sua coleção de músicas em categorias, como artistas, títulos de músicas, gêneros e álbuns.

Utilizaremos a opinião de vertentes de diferentes visões sobre o estágio de desenvolvimento do mercado de música, aspectos relevantes sobre a criação e manutenção do conceito de álbum, influência da internet nos novos processos de consumo e percepção do

campo da indústria cultural. Como as proposições expostas pelo compositor brasileiro Leoni e o produtor norte-americano Phil Ramone, quando afirma que “de certa forma, as coisas voltaram ao ponto de partida: voltamos a condensar as músicas com singles, como fazíamos na década de 60”.

Historicamente, os singles movimentaram a indústria da música por muito mais tempo que os álbuns. [...] Mas quantos discos hoje valem mais que três canções – se valerem tudo isso? Pelo preço que custam parece mais uma forma de extorsão. “Ah, você quer aquela canção bacana? Tem que levar as outras 13 que são bem mais ou menos!” (LEONI, 2009, p. 26)

Ao final, serão relacionados números sobre o mercado atual e expostas considerações acerca das possibilidades para o álbum diante deste novo cenário e os possíveis caminhos do atual mercado.

1 O ÁLBUM

1.1 A MÚSICA GRAVADA

Uma das primeiras técnicas de gravação e reprodução de que se tem registro é o fonógrafo de cilindro, também referenciado apenas como fonógrafo. Inventado em 1877, o aparelho criado por Thomas Edison tinha sua função baseada na gravação das ondas sonoras sobre uma superfície de papel estanho moldada num cilindro giratório. Sua função de gravação se dava pela captação da vibração do som emitido através de um funil metálico sobre uma membrana ligada a um estilete. Este sistema fazia com que as vibrações fossem registradas em sulcos pelo estilete na superfície do cilindro.

Neste esquema, a reprodução do som gravado ocorria pela passagem de uma agulha ligada na extremidade oposta que, ao percorrer os sulcos produzidos pela gravação, fazia vibrar um outro diafragma que tinha seu registro amplificado pelo mesmo funil responsável pela gravação, ou ainda um outro maior acoplado ao aparelho.

Outras tentativas já tinham sido feitas nesta direção, sem sucesso. Já em meados do século XIX, há registro de alguns sistemas de gravação de sons, entretanto sem a capacidade de reprodução. Uma dessas tentativas foi o fononautógrafo, registrado pelo francês Édouard-Léon Scott de Martinville em 1857. Embora o fononautógrafo não fosse capaz de reproduzir sons, a criação deste sistema, com suas especificações, fez com que Scott de Martinville vendesse várias unidades para laboratórios científicos que se dedicavam ao estudo do som.

Em abril de 1877, o físico francês Charles Cros protocolou um pedido de registro de um novo aparelho na Academia de Ciências de Paris. O sistema do paleófono consistia da mesma estrutura do fonógrafo de cilindro atribuído a Edison. No entanto, a patente francesa foi realizada depois da norte-americana e, tanto o paleófono de Cros, quanto o fononautógrafo

de Scott de Martinville, são considerados inspirações para o fonógrafo de cilindro.

Este esquema lógico de gravação e reprodução patenteado por Thomas Edison foi fundamental para as etapas seguintes da evolução das tecnologias de gravação sonora. O fonógrafo foi comercializado como aparelho doméstico, mas como uma das primeiras experiências de sucesso, apresentava algumas restrições tecnológicas pontuais para que não fosse determinante na criação de uma futura indústria nos moldes da que se conhece nos dias de hoje:

Ainda que considerados a mais nova “maravilha” da ciência, o fonógrafo e seus cilindros apresentavam limitações técnicas para a formação de uma indústria em termos massivos. Primeiramente, se o aparelho permitia a gravação e reprodução sonora, ele deixava escapar a possibilidade de *reprodutibilidade técnica*¹ do som, pois não havia como fazer cópia das gravações: uma vez gravado, o conteúdo estava condenado a permanecer no mesmo cilindro. Tornando-se uma peça única. A própria *durabilidade do formato*² também deixava a desejar, pois o papel estanho logo se desgastava, além dos cilindros – posteriormente feitos de cera – facilmente quebrarem tornando sua vida útil curta. (DE MARCHI, 2005, p. 7)

O que se apresenta até este ponto é a possibilidade de gravação e reprodução de sons, não ainda um instrumento de reprodução massiva, algo que permitisse a artistas registrarem em áudio sua obra, repassá-la aos ouvintes e estes de terem a mesma audição técnica de um outro registro em cilindro. Cada gravação era única e derivada da “então, recente possibilidade da reprodução sonora³” (ibidem) que, embora representasse grande avanço nesta direção, havia as limitações de armazenamento, transporte, conservação e tempo de gravação (neste formato ainda incipiente, o espaço de gravação oferecido era entre 1 a 3 minutos apenas).

Com a contribuição de Edison e sua criação do fonógrafo de cilindro, a busca por novos formatos levou ao próximo grande passo na evolução dos suportes de gravação. Em 1899, passou a ser comercializado nos Estados Unidos, o fonógrafo de disco. Criação atribuída ao alemão Émile Berliner, sua invenção data de quase vinte anos antes. O gramofone, como passou a ser popularmente conhecido representa um grande marco na

¹ Para esclarecimento do conceito usado pelo autor, é salutar citar sua definição do conceito: “*Reprodutibilidade Técnica*: (não confundir com reprodução sonora) está ligada à possibilidade de produzir ou não a cópia do conteúdo de uma mesma matriz. A questão da reprodutibilidade, ou duplicação, do formato tem implicações no desenvolvimento da indústria fonográfica e respectivas formas de comercialização da música gravada.” (DE MARCHI, 2005, p. 5)

² “*Durabilidade*: capacidade de uma mídia resistir ao tempo enquanto objeto material em si. Este item é fundamental para se pensar no tipo de investimento que configura a música gravada e na longevidade de um formato.” (ibidem)

³ “[...] classificada por Johnatan Sterne como a possibilidade de transformar o som num sinal e depois convertê-lo em som novamente [...]” (ibidem)

história da gravação musical e possui um diferencial fundamental em relação a seu antecessor que propiciou seu estabelecimento como o suporte que serviu de modelo para o estabelecimento da indústria fonográfica no século seguinte: no lugar do cilindro de papel estanho, o padrão de registro sonoro passou a ser em discos.

Prensados em goma-laca, uma resina vegetal, a partir de uma matriz de cobre, esta padronização “representou a possibilidade de reprodutibilidade técnica mássica da gravação sonora” (DE MARCHI, 2005 apud CHANAN, 1995; STERNE, 2003). A partir daí, estruturou-se um novo padrão de consumo, com o estabelecimento de companhias dedicadas a cada etapa da produção de registros musicais. Foi estabelecido o negócio de produção de conteúdos musicais pré-gravados e não mais de registros caseiros.

A solução da reprodução em massa implicou na separação do processo de gravação do de reprodução. [...] um modelo de consumo estava estabelecido, no qual tratava-se o disco como um livro e não, por exemplo, como uma fotografia. O gramofone tornou-se um instrumento de reprodução.⁴ (DE MARCHI, 2005 apud CHANAN, 1995, p. 28-29)

O desenvolvimento da tecnologia de gravação de música trouxe, a partir de então, o conceito de tangibilidade⁵.

Antes disso, a única forma tangível de se armazenar música era [...] numa partitura musical. Nesse suporte físico eram escritos os arranjos dos instrumentos com base na doutrina da teoria musical. Através das partituras era possível registrar para a posteridade as composições musicais necessitando, porém, da execução de instrumentistas para que essa fosse ouvida e disseminada. (MOREL, 2010, p. 22)

O gramofone teve sucesso comercial a ponto de os discos de goma-laca superarem em vendas os cilindros de Edison já na década de 1910. O modelo da indústria de venda de música em discos foi o modelo dominante neste negócio até o fim do século XX. Após a consolidação do gramofone como aparelho doméstico de apreciação musical, os discos de goma-laca foram substituídos pelos de vinil, produzidos a partir de PVC, um pouco mais resistente, flexíveis e com maior tempo de duração que os anteriores, de 45 RPM (rotações por minuto) ou 33 1/3, contra 78 RPM.

⁴ “The solution to the problem of mass reproduction involved the separation of the process of recording from of reproduction. [...] but a model of consumption was established wich treated the record like a book, and not like, say, a photograph. The gramophone became an instrument for playback”.

⁵ O conceito de tangibilidade, como descrito por Morel, da capacidade de se portar um registro sonora que não apenas a notação musical pode, também, ser analogamente complementar a ideia de “comodificação”. Referencia a *comoditie*, como sugere Simone Pereira de Sá, como veremos mais à frente e criticada por Pierre Lévy: “A música popular de hoje é ao mesmo tempo mundial, eclética e mutável, sem sistema unificador. [...] A primeira etapa rumo a uma música universal sem totalização foi rompida graças à gravação sonora e à transmissão radiofônica.” (LÉVY, 1999, p.137)

1.2 O LP E O ÁLBUM FONOGRAFICO

A introdução do disco de vinil no mercado doméstico substituiu antigos processos de fabricação e consumo. A música que antes era gravada a partir da captação direta do som pelo funil de metal que fazia vibrar a membrana do fonógrafo que era impressa em sulcos no cilindro de papel-estanho ou cera e depois nos moldes de cobre, passou a ser um processo mais complexo. Neste processo anterior, perdiam-se as frequências mais altas e as mais graves. O advento do uso de componentes eletrônicos a partir do final da I Guerra Mundial possibilitou novas possibilidades para experimentos de criação de equipamentos que avançassem as técnicas de gravação e reprodução da época.

Com um mercado já estabelecido de gravação e desenvolvimento de equipamentos e técnicas, os discos de sete polegadas foram o grande propulsor da indústria fonográfica. Este formato, a 45 RPM, popularmente conhecidos como compacto simples ou single, se tornou padrão, mudando o paradigma do negócio do fazer musical, tanto em questão de mercado quanto artístico. No caso brasileiro, podemos usar como exemplo dessa mudança, a consolidação incipiente da indústria de discos e sua relação com o fazer musical dos artistas até então:

Na abertura do século XX, as opções oferecidas no Rio de Janeiro aos que pretendiam viver profissionalmente da música popular se restringiam ao teatro de variedades e aos cafés-cantantes – para os consagrados -, e aos picadeiros circenses, às casas de chope e às bandas – para os menos conhecidos. Foi nessa última categoria, principalmente, que Fred Figner⁶ recrutou os artistas que gravariam os seus discos iniciais. (SEVERIANO, 2008, p. 60)

É válido ressaltar que, à época, as inovações no ramo das tecnologias de gravação chegavam com pouco atraso à capital brasileira. Como segue Severiano, já se podia assinalar a existência de uma indústria fonográfica em território nacional:

Aliás, vários deles [...] já vinham fazendo gravações em cilindro. Assim, a chegada

⁶ Pioneiro da indústria fonográfica no Brasil, Frederico Figner, imigrante nascido na Boêmia, província da atual República Tcheca, de onde saiu jovem para os Estados Unidos. Percorreu a América Latina, negociando fonógrafos, fixou-se no Brasil, onde fundou a Casa Edison, responsável pela introdução das primeiras máquinas de gravação, chapas e discos do País. Gravados em um estúdio montado na própria Casa Edison e prensados em Berlim. (SEVERIANO, 2008, p. 58)

da indústria fonográfica criava em nosso acanhado meio musical uma nova classe: a dos cantores de disco. (ibidem)

Dos discos de 78 rotações, aos compactos simples (45 RPM), que possibilitavam o registro de cerca de 3 a 4 minutos em cada um dos seus lados, surgiu um novo mercado de cantores, músicos, orquestras, grupos de estúdio, produtores, técnicos, empresários, distribuidores, donos de estúdio, editoras e gravadoras. Os grandes sucessos poderiam ser vendidos em lojas e o público poderia colecionar as canções gravadas por seus cantores preferidos.

Ao fim da II Guerra Mundial, os avanços tecnológicos que levaram ao uso de novos materiais, como o vinil, na fabricação dos discos e a criação da técnica de gravação em microsulcos, que aumentam o espectro de frequências captadas em cada registro, além do desenvolvimento da gravação em fita magnética, levaram ao estabelecimento de um novo patamar para a indústria fonográfica. As possibilidades do uso em estúdios de aparatos eletrônicos para gravação em fitas magnéticas, que permitiam edições, cortes e manipulações diversas e o histórico recente das vendas crescentes do mercado de discos, levaram a indústria a investir neste ramo já estabelecido do entretenimento doméstico.

O lançamento do Long-Play determinou um divisor de águas na indústria fonográfica e na cultura, como veremos mais à frente. Este formato de mídia em disco de vinil de 12 polegadas, que gira a 33 ¹/₃ rotações por minuto, foi introduzido na virada para a década de 1950. Com o aumento significativo da qualidade sonora propiciada, o giro mais lento do disco que permite uma maior capacidade de armazenamento, levando a um tempo de reprodução até então inédito (20 minutos de cada lado), espaço para criação gráfica nas capas e encartes e uma cadeia de produção, distribuição e consumo já estabelecida fizeram com que o recém-lançado formato adquirisse “status de principal produto da indústria fonográfica internacional” (DE MARCHI, 2005, p. 12).

Alguns autores, como Keir Keightley, atribuem o sucesso do LP ao fato de ter sido associado à “boa música” pelo público adulto. Tal argumento encontra opositores:

Chanan (1995) apropriadamente observa que a gravação de música erudita sempre visou dar status cultural às gravações sonoras. Desde o século XIX, selos de qualidade foram estabelecidos para diferenciar os discos de música erudita dos de popular, sendo aqueles os principais produtos do catálogo. (ibidem)

Por outro lado, não se pode deixar de considerar que o formato também influi no status do conteúdo, seja em questões estéticas ou mercadológicas, o LP contribuiu para que gêneros

da música popular conhecessem evoluções estéticas e alcance de vendas até então impensáveis.

Com efeito, a música erudita seria um ‘carro-chefe’ para [a] indústria fonográfica, pois lhe daria legitimidade cultural, ainda que sua parcela nas vendas de disco sempre tenha sido menor do que as músicas populares. Além disso, também se pode argumentar que o meio transfere legitimidade ao conteúdo. O Rock n’ Roll [sic] adquiriu status de “arte” quando passou a ser uma música de álbuns e não apenas de compactos (singles), o caso dos Beatles é exemplar. (ibid.)

1.3 O ÁLBUM NA CULTURA POPULAR

Este novo paradigma, a tangibilidade da música, o grau de desenvolvimento tecnológico a que se chegou, que proporcionou sua reprodutibilidade técnica, comercialização e o a cadeia industrial estabelecida, como vimos “proporcionou um fenômeno novo para a sociedade de consumo, que foi a possibilidade de se colecionar música” (MOREL, 2010, p. 23).

Mais que a possibilidade de se colecionar música, podemos entender a introdução do conceito de álbum como formato artístico como uma mudança nas práticas de consumo, apreciação e interação social. Esteticamente, esta nova formatação associada ao seu meio impactou na indústria e no fazer musical.

A idéia de álbum remete ao conjunto das canções, da parte gráfica, das letras, da ficha técnica e dos agradecimentos lançados por um determinado intérprete com um título, uma espécie de obra fonográfica. Esse formato, que se difundiu nos anos 60 junto com o LP e se configurou, por muito tempo, como o principal produto de toda a Indústria fonográfica. A instituição do álbum como o produto fonográfico por natureza influenciou no modo de produção e consumo da canção mediática. Agora não mais se consumia canção em sentido estrito, mas um produto que reunia canções, imagens e palavras sob uma identidade comum. (DANTAS, 2005, p. 7-8)

A questão estética no que tange à ponta da produção também sofre impacto deste novo cenário e este novo status que o suporte (LP) concedeu ao formato (álbum). O estabelecimento do LP e, conseqüentemente o álbum como padrão da indústria fonográfica foi tão marcante que é comum ainda hoje referir-se a uma obra fonográfica, esteja ela em que suporte tecnológico for, apenas como “disco”.

O que é um disco?

Há quinze ou vinte anos atrás, um disco era um vinil contendo cinco ou seis canções (18 a 25 minutos) em cada lado. No mundo do rock e do pop, o conceito era um tanto vago, e só algumas das canções eram – até certo ponto – relacionadas ao tema. Cada disco era cuidadosamente programado para que tivesse um perceptível fluxo e refluxo; em geral, nossa preocupação em colocar a canção certa no lugar certo do disco era tão grande quanto a que sentíamos ao gravá-la. (RAMONE, 2008, p. 109)

Ainda sobre o desenvolvimento tecnológico, as novas estruturas oferecidas pelos estúdios de gravação, fazem com que, além do músico e do compositor como papéis principais na criação artística, outras figuras surjam com destaque no processo, como o produtor musical e o engenheiro de som. Acompanhando o crescimento comercial dos gêneros musicais mais populares⁷ que, a partir dali, buscavam sua legitimidade como “arte”, especialmente o rock’n’roll, rhythm & blues e canções populares, em contexto global, e no caso brasileiro, com a modernização da música popular em gêneros como a bossa nova, samba e a dita MPB.

[...] o fato a sublinhar é o de que o LP define ao mesmo tempo uma nova concepção musical – a do álbum como um produto “fechado”, com canções interligadas, com duração de cerca de quarenta minutos, com lado A e lado B; além do desenvolvimento de uma estética ligada às capas, um tipo de texto que apresenta o compositor, etc. (SÁ, 2006, p. 8)

O álbum como formato artístico, com as características supracitadas, foi o meio utilizado para um amadurecimento da música popular até então, mas também manteve características de produção e consumo forjadas nos primórdios da indústria fonográfica. Um dos mais significativos é o tempo de duração das canções gravadas.

Na música popular essa limitação de tempo afetou de maneira significativa sua produção. Grande parte das composições do estilo musical denominado pop possui em média três minutos de duração. Isso se deve ao fato de este estilo ter se popularizado na década de 50, quando surgiu o disco no formato de 45 rotações por minuto [...]. Percebe-se esse efeito até nos dias atuais, visto que grande parte das músicas populares executadas no rádio possui, em média, três minutos de duração. (MOREL, 2010, p. 27-28)

Os rumos que a indústria tomou e essa limitação de tempo dos primeiros compactos em 45 RPM afetaram também diretamente os hábitos de consumo da música, como descreve Morel, para mais à frente complementar:

Se por um lado isso condicionou os compositores a escreverem composições com essa duração, por outro lado o público ouvinte também se acostumou a apreciar músicas com essas características. (ibid.)

⁷Sobre música popular massiva e canções de sucesso comercial, é importante ressaltar que não necessariamente tratamos aqui de oposições pura e simplesmente: “O que se busca é evitar as armadilhas e os idealismos que envolvem rotular arte *versus* produtos de entretenimento. A música popular massiva envolve complexas relações, e uma autonomia simbólica relativa, entre processos comerciais e criativos. Assim, mesmo reconhecendo a importância dos estudos que partem do campo econômico para tratar da música, não se deve reduzir as faixas gravadas a meros produtos econômicos.”

Não obstante houvesse experimentos artísticos e comerciais de diversas naturezas, com músicas que fugiam a este padrão dos 3 minutos de duração ou mesmo que ocupavam todo um lado do disco, o LP definitivamente se firmou como o suporte viabilizador do álbum como formato.

Para os músicos e produtores [...] o LP confirma a consolidação da noção de autoria e de obra de arte, e para os fãs, trata-se do ápice de uma história de culto, na qual, a noção de enciclopédia musical ou de uma coleção ganha todo o seu sentido cultural [...]. (SÁ, 2006, p. 9)

2 DO LP AO CD

2.1 O SUPORTE DIGITAL

O mercado fonográfico estabelecido ao longo da segunda metade do século XX daria um novo grande passo num formato de negócio já dominante na indústria cultural. O avanço tecnológico do pós-guerra, que já tinha possibilitado o aumento constante na qualidade dos aparelhos de gravação, reprodução, instrumentos musicais levaram à adoção dos sistemas de gravação e edição digitais. Os estúdios se tornaram amplos complexos de produção musical e as possibilidades para artistas e produtores era então muito maior.

As primeiras experiências com emissão de laser, na década de 1960, serviram para modificar a dinâmica do consumo doméstico de música poucas décadas depois. Em 1983, foi lançado comercialmente o *compact disc*, suporte de reprodução digital, composto de policarbonato e coberto com uma capa reflexiva de alumínio, que reflete o laser para a leitura dos dados gravados. Ainda que o CD prescindisse de troca de lado dos discos, o *padrão de consumo* do CD segue as regras do LP (DE MARCHI, p. 14).

Naquela época, ouvir música fazia parte da socialização e, nas festas, as pessoas escutavam os *lados* de um álbum. Os amigos se reuniam, colocavam um disco para tocar, bebiam e se divertiam. Quando o lado do disco acabava, ou eles viravam o disco para ouvir o outro lado, ou iam jantar, dançar ou ver um filme. (RAMONE, 2008, p. 109)

Uma das características marcantes introduzidas pela nova interação social trazidas pela nova dinâmica do consumo musical foi a introdução do modo *shuffle*. O CD permite que este modo de reprodução aleatória, que muda por completo a lógica construída pelo conjunto músicos/compositores/produtor para cada álbum. Desta forma, houve a quebra da ordem estabelecida no álbum. Sem dúvidas, o LP tampouco oferece restrições se o ouvinte deseje ouvir faixas específicas na ordem que bem entender. Ele pode tocar as faixas na ordem que desejar, bastando para isso a cada troca, ir até o aparelho e levar o braço com a agulha até o ponto desejado. Esta nova possibilidade proporcionada pelo CD é criticada pelo produtor musical e engenheiro de som Phil Ramone:

Os toca-CDs com a função *shuffle*, que permitem tocar músicas de forma aleatória, e os aparelhos de música portáteis, como o iPod, delimitaram ainda mais o conceito de

disco programado. [...] isso fez com que morresse a arte de programar, de modo coeso e bem pensado, uma hora de música, para transmitir ao ouvinte esse arco musical. (ibid. p. 110)

Essa, entre outras diferenças entre os dois suportes, é criticada pelos defensores do LP e destacadas como vantagem pelos que preferem o CD⁸. Abaixo serão mostradas algumas similaridades e diferenças entre ambos⁹.

| | LP | CD |
|------------------------------------|-------------------------|-----------------------------------|
| Ano de lançamento | 1948 | 1983 |
| Dimensões | 30 cm; 25 cm | 12 cm; 8 cm |
| Material | vinil | Policarbonato |
| Forma de leitura | microsulcos | laser semiconductor infravermelho |
| Geração de sinal | analógico | digital |
| Capacidade de armazenamento | 22 minutos por lado | 74; 80 minutos |
| RPM | 33 ^{1/3} | de 500 a 250 |
| Ordem de leitura | espiral externa-interna | espiral interna-externa |

2.2 ICONOGRAFIA DO ÁLBUM

Além destas características distintas, um fator importante é a questão gráfica que contribuiu de forma tão importante para que o LP elevasse os álbuns à condição de arte. O trabalho de criação visual se tornou quase tão importante para a produção fonográfica.

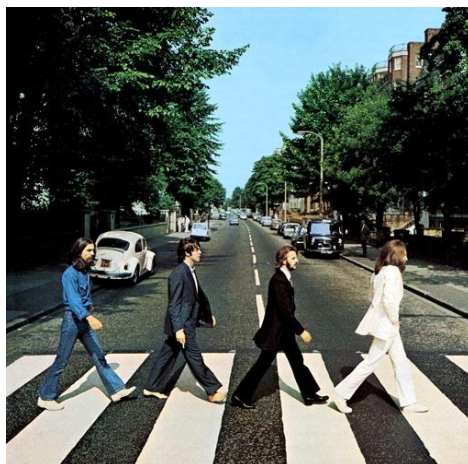
⁸ Não será objeto deste trabalho analisar a questão das faixas de frequência e fidedignidade sonora de ambos, haja visto que mesmo entre os audiófilos não há consenso.

⁹ Informações correspondem aos formatos comercialmente mais populares de ambos os suportes.

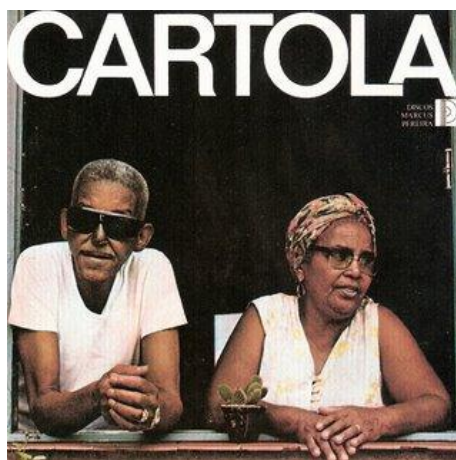
Aproveitando as dimensões das capas e encartes de discos, as obras passaram a ter um cuidado visual que caracterizasse suas obras, com criações de ilustradores e fotógrafos contratados especialmente para cada obra.

Quando do advento do CD, cujas capas oferecem um espaço menor para grafismo que as capas de LP, manteve-se o costume do cuidado visual, tanto nos álbuns convertidos digitalmente (remasterizados), quanto com os álbuns já lançados originalmente em digital, embora as dimensões sejam consideravelmente menores. Algumas capas ajudaram na criação da “aura” especial de algumas obras, notadamente do rock, que começava em meados da década de 1960 a construir sua mitologia e também de vertentes do jazz, como bebop e o free jazz.

Abaixo alguns exemplos de capas de álbuns consagrados por seu conceito completo, musical e visual:



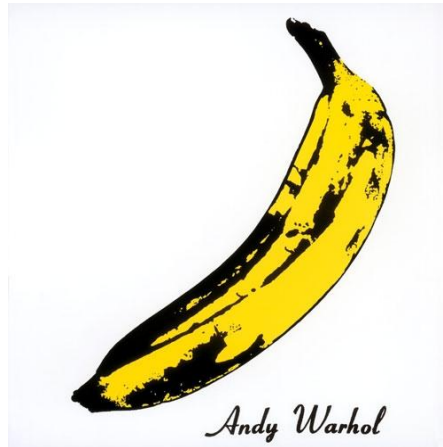
The Beatles, *Abbey Road*, 1969



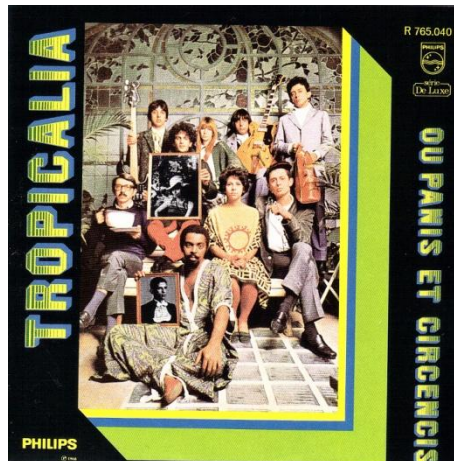
Cartola, *Cartola*, 1976



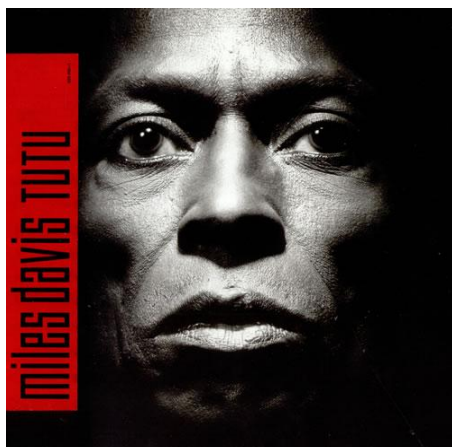
Nirvana, *Nevermind*, 1991



The Velvet Underground, *The Velvet Underground & Nico*, 1967



Vários, *Tropicalia ou Panis Et Circensis*, 1968



Miles Davis, *Tutu*,
1986



Frank Sinatra, *No One Cares*,
1959

Nos exemplos anteriores, algumas capas de disco são tão representativas, que mesmo aquela pessoa que não tenha ouvido o álbum, é capaz de reconhecê-lo. Este grande diferencial que o LP proporcionou, e o CD conseguiu manter, apesar do escalonamento da arte gráfica ajuda a ressaltar o conceito de álbum.

[...] O álbum deixa de vez de ser apenas uma coleção de sucessos já lançados em compactos, para se tornar ele mesmo a obra fonográfica – um conjunto de canções, com parte gráfica, letras, ficha técnica, agradecimentos e um título, lançados por um determinado grupo ou intérprete. (DANTAS, 2005, p. 8)

Este escalonamento da capa dos álbuns para o formato do CD, com uma redução de 30 cm para 17 cm, encontrou nos críticos ao novo suporte uma das principais razões para seu descontentamento. Desconsiderando neste aspecto as distinções em relação às faixas de frequência oferecidas por cada formato e se há perdas e ganhos, seja de ruídos, harmônicos, profundidade de campo sonoro ou acuidade dos graves, a diminuição do papel da arte gráfica

da capa e encarte como um todo, encontrou resistência mesmo entre figuras importantes da própria indústria do disco, como André Midani, importante produtor do mercado brasileiro.

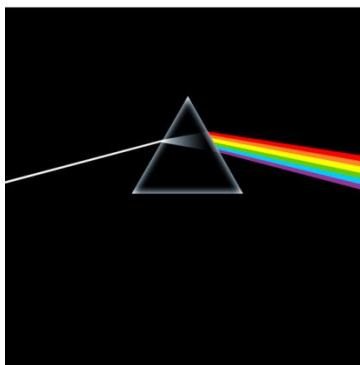
As ilustrações dos LPs, frequentemente sofisticadas, eram um prelúdio ao prazer de ouvir o disco, uma introdução gráfica ao mundo mágico do artista e a porta de entrada ao seu universo de música, poesia e sonhos. A capa do LP encantava o olhar. À capa do CD somente se deu um propósito: informar. Sacrificou-se o indispensável elemento do prazer lúdico em nome da maximização dos espaços nas prateleiras dos depósitos das gravadoras e das lojas de discos (mais produtos em menos espaço), além de reduzir os custos de fabricação. (MIDANI, 2008, p. 126)

Ainda sobre as capas de discos, é possível notar que algumas não mostram fotos do artista ou sequer alguma referência a seu nome ou do álbum. A partir da década de 1960, as capas de discos assumiram tal posição de destaque que permitiram experimentações e criações ousadas, como a capa de The Velvet Underground & Nico, que no lugar de alguma referência ao artista do disco, tem apenas a assinatura de Andy Warhol.

Por mais que alguns álbuns tivessem um compromisso maior com a criação artística do que com questões mercadológicas, não se pode ignorar o fato de que numa produção musical são investidas altas quantias para a concepção de um disco. No caso das capas, seria arriscada uma experimentação em detrimento de imagem que remetesse a um “cartão de visitas”, uma imagem vendável para o produto em questão. Este risco, no entanto, não se concretizou uma ameaça à comercialização dos álbuns.

Um caso emblemático é o do Pink Floyd. Em toda a sua discografia, a banda britânica, que possui alguns dos álbuns mais importantes já lançados, tem entre eles alguns cuja capa não faz referência alguma ao nome da banda, do álbum ou aos integrantes. O álbum considerado como sua obra-prima, “Dark Side of the Moon”, é o maior exemplo.

Lançado em 1973, o disco já vendeu mais de 50 milhões de cópias em todo o mundo e é o recordista de permanência no ranking da revista Billboard, que contabiliza o número de vendas do mercado fonográfico dos Estados Unidos. De acordo com a revista, “Dark Side of the Moon” está a 800 semanas¹⁰ no ranking dos mais vendidos, ou 15 anos e cinco meses. Entre o lançamento e 1988, o álbum esteve por 741 semanas consecutivas, recorde absoluto de permanência. A seguir alguns exemplos de capas de álbuns importantes do Pink Floyd.

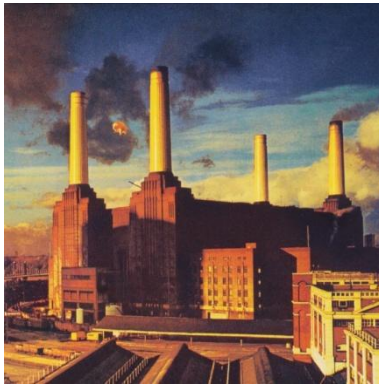


Dark Side of the Moon,
1973

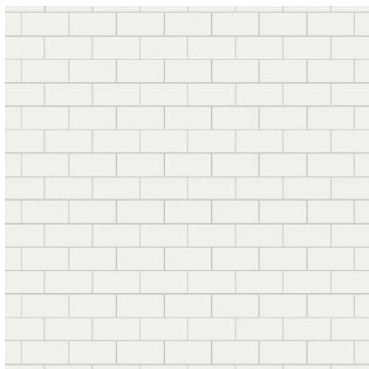
¹⁰ Em 19 de março de 2012.



Wish You Were Here,
1975



Animals,
1977



The Wall,
1979

2.3 O SUPORTE CD

Como mencionado anteriormente, na história da indústria fonográfica, a música erudita foi o abalizador na introdução dos novos padrões de mídia, que buscou nesta, a legitimidade teoricamente seria necessária para fazer dos produtos musicais dignos dos apreciadores mais atentos, como observa De Marchi, a respeito do LP:

[...] A gravação de música erudita sempre visou dar status cultural às gravações sonoras. Desde o século XIX, selos de qualidade foram estabelecidos para diferenciar os discos de música erudita dos de popular, sendo aqueles os principais produtos do catálogo. Com efeito, a música erudita seria um “carro-chefe” para indústria fonográfica, pois lhe daria legitimidade cultural, ainda que sua parcela nas vendas de disco tenha sido menor do que as músicas populares. (DE MARCHI. 2005, p. 12)

No caso do CD, mais do que isso, a música erudita teve papel de destaque no estabelecimento do novo padrão. O primeiro teste de prensagem foi realizado na Alemanha, de uma composição de Richard Strauss, “Eine Alpensinfonie”, executada pela Orquestra Filarmônica de Berlim e conduzida pelo maestro Herbert von Karajan, no fim da década de 1970. Antes, porém, durante o processo de pesquisa para o desenvolvimento deste novo padrão, surgiu uma das histórias mais controversas que se conta até hoje sobre a criação do CD e que, só há pouco tempo foi esclarecida.

No começo dos anos 1970, as companhias Philips e Sony, estavam avançadas, cada uma em seus laboratórios, nas pesquisas em busca de um formato de disco óptico de áudio, que fosse comercialmente viável. Cada uma das empresas já estava trabalhando com projetos de diferentes formatos e, na metade seguinte da década de 70, já haviam feitos demonstrações públicas de seus protótipos. A Philips havia até então produzido um disco óptico de 11,5 cm e a Sony, um disco de 10 cm. Ambos os formatos eram suficientes para registrar o tempo de reprodução de um vinil de 33^{1/3} RPM, e o protótipo da Sony era capaz de armazenar 60 minutos de áudio com a mesma qualidade que o padrão que a indústria adotou posteriormente.

As duas empresas se uniram num consórcio nos anos seguintes para o desenvolvimento em conjunto do novo padrão tecnológico de discos ópticos compactos, cada qual concentrada na pesquisa de uma área específica. A empresa holandesa voltada ao processo de manufatura, busca de componentes que oferecessem resistência e tempo estendido de reprodução e, do lado japonês, o desenvolvimento de sistemas de correção de erros na gravação e leitura dos dados digitais. Após um ano de experimentos, o consórcio publicou o que se tornou o padrão *Compact Disc Digital Audio*.

À solução para a principal divergência das duas equipes de pesquisa, o tamanho e consequentemente o espaço de armazenamento, atribuiu-se a decisão de Norio Ohga,

supervisor do lado da Sony, junto ao maestro von Karajan. Audiófilo, o diretor do grupo japonês, teria exigido que o espaço fosse suficiente para registrar em alta qualidade a maior gravação disponível até então. Com apoio do maestro von Karajan, que conduziu a orquestra da gravação do primeiro protótipo, o CD deveria ter disponíveis os 74 minutos exatos de duração da “Sinfonia nº 9 em ré menor, opus 125”, de Ludwig Van Beethoven. A adoção deste tempo de armazenamento e não 70 minutos ou 80 minutos, teria atendido à exigência do executivo japonês e determinado o apoio de von Karajan, influente entre os audiófilos, críticos e maestros.

O que se sabe hoje é que a adoção deste tempo de 74 minutos e 33 segundos em um disco de 12 cm foi uma solução intermediária aos padrões da Philips, de 11,5 cm e da Sony, de 10 cm. Como conta o chefe de engenharia da Philips Kees Immink, foram aspectos puramente técnicos que determinaram este tempo de duração (IMMINK, 2007, p.43-45), acrescidos da vantagem de que a Philips, que estava responsável pelo desenvolvimento do processo de manufatura, tinha uma fábrica apropriada para o padrão de tamanho adotado.

Além da relação já apontada neste trabalho entre a música erudita e os avanços em conjunto com a indústria fonográfica, é importante destacar aspectos que seriam baseados em determinadas formas da música erudita que teriam influenciado a construção do conceito de álbum como obra fonográfica. Pode-se observar em muitos trabalhos de destaque em formato álbum, o cuidado na construção de um conceito, como apontado por Ramone, que buscavam dar a gravação o status de “arte”, como em *De Marchi*.

A partir da década de 1960, alguns artistas e produtores se dedicaram a produzir o que passou a se chamar de “álbum conceitual”, explorando ainda mais as possibilidades oferecidas pelo LP e em seguida o CD. Algumas músicas ocupavam o lado inteiro do LP ou eram divididas em partes de tal modo que ao virar o lado do disco se desse a impressão de uma reprodução contínua. Na gravação ou transposição para o CD, esta experiência de fato se dava de modo contínuo, oferecendo novas possibilidades de criação neste campo.

Como definido anteriormente e destacado aqui, o processo constante da definição de novas concepções musicais oferecida pelo avanço tecnológico, como “a do álbum como um produto ‘fechado’, com canções interligadas, com duração de cerca de quarenta minutos, com lado A e lado B” (SÁ, 2006, p. 8) e após isso, a reprodução contínua do CD, dialogam com formas de música mais antigas que o próprio desenvolvimento das tecnologias de gravação e reprodução sonoras. O processo de criação musical de gêneros “com pretensões de ‘amadurecimento’” (ibid.) encontra parâmetros em formas de composição como a suíte, sinfonia e sonata.

Estas formas de composição de diferentes períodos da música erudita (clássica, romântica e barroca, especialmente), influenciaram compositores e produtores a partir de então, mas nos parece ter ainda mais propriedade, uma vez que antes da profissionalização dos músicos e produtores dedicados a gravar e produzir música popular, o que se tinha eram músicos de formação erudita, regentes, maestros e estudiosos do som. É o caso, por exemplo, de Howard H. Scott, produtor da divisão de música erudita da Columbia Records. Foi ele o

responsável pelo projeto de desenvolvimento do disco que substituiria o suporte de 48 RPM. De 1986 até sua aposentadoria, em 1993, Scott assumiu na Sony Music, sucessora da Columbia, a tarefa de, como produtor, transferir antigos álbuns para um novo formato, o CD.

3 DESMATERIALIZAÇÃO

3.1 O PROCESSO DE DIGITALIZAÇÃO DA MÚSICA

A introdução das tecnologias digitais na indústria da música, assim como quando do lançamento do CD, que por anos substituiu quase que por completo o padrão de consumo do LP por cerca de duas décadas, abriu possibilidades futuras não planejadas pelas companhias tradicionais do ramo musical. Da mesma forma que a introdução de novos suportes resultou em novas dinâmicas de produção, criação e consumo, como vimos anteriormente, o ritmo e as direções tomadas no desenvolvimento de novas tecnologias atingiu a indústria do entretenimento na virada do século XXI de forma direta, embora gradual, mas esta indústria não estava pronta para lidar com as mudanças que, de certa forma, ela mesma participou do processo.

A tecnologia não só estimulou enorme crescimento na indústria do entretenimento, mas tem sido o principal motor de transformação dentro da indústria. Em particular, a digitalização criou uma série de oportunidades para a expressão criativa, de produção e distribuição e impulsionou novos modos de negócio do entretenimento. Digitalização¹¹ não só facilitou o desenvolvimento de novas indústrias de entretenimento ("novas mídias"), mas continua a estimular o crescimento em outros setores, como software computacional, telecomunicações e publicidade. (HULL *et alii*, 2011, p.39)¹²

O processo de desenvolvimento contínuo das tecnologias digitais, além do mercado profissional, com seus grandes equipamentos e estúdios modernos, levou ao barateamento das ferramentas de produção e gravação para consumo no ambiente doméstico e, mais importante, a capacidade de replicação. Se antes as fitas magnéticas cassete lançadas no mercado como um suporte complementar ao LP e, também para gravação doméstica sobreviveram por anos

¹¹ No original, o autor usa entre parênteses o termo *digitization*: "The turning of some analog work, such as a recording, book, or map, into a digital format that can be stored and transmitted via computers". A tradução da definição usada pelo autor poderia ser: "A transformação de algum trabalho analógico, como uma gravação, livro ou mapa em um formato digital, que possa ser estocado e transmitido através de computadores".

¹² "Technology has not only spurred tremendous growth in the entertainment industry, but has been the main driver of transformation within the industry. In particular, digitalization (digitization) has created a range of opportunities for creative expression, production, and distribution and has propelled new modes of entertainment business. Digitization has not only facilitated the development of new entertainment industries ("new media"), but it continues to stimulate growth in other industries such as computer software, telecommunications, and advertising."

com papel secundário, o CD-R (*Compact Disc – Recordable*) teve rápida adoção e mudou, mais uma vez, a forma de interação e consumo de música.

Com o alcance cada vez maior da microinformática em ambiente doméstico e o constante aumento na demanda por espaço de armazenamento de dados, foi criado o CD-R inicialmente para substituição dos antigos disquetes e ZIP drives no armazenamento de dados digitais pessoais. Derivado do CD, o CD-R utiliza no lugar da camada de alumínio uma de cera especial e tem as mesmas capacidades de armazenamento. Esta possibilidade de gravação doméstica, com a popularização dos arquivos de áudio digital de alta compressão, levou à criação do hábito de se digitalizar, em casa, antigos LPs e copiar CDs inteiros comprados, fazer compilações próprias e compartilhar com outras pessoas.

A razão de ser do mp3 [sic] é fazer arquivos de áudio menores através da compressão de dados¹³, para, assim, eles ficarem mais fáceis de serem trocados em um ambiente de largura de banda limitada como a internet, e mais fáceis de serem estocados num ambiente limitado de espaço de dados, como o disco rígido. [...] Em resumo, o mp3 foi desenvolvido por uma indústria de eletrônicos interessada em máxima compatibilidade entre plataformas, que permitiria a fácil troca de arquivos. Ao mesmo tempo, o mp3 usa um padrão de compressão de dados específico baseado num modelo de como funciona o ouvido humano. (STERNE,2010, p. 68)

Compartilhar se tornou a palavra-chave no que se refere à música no século XXI. Os hábitos culturais, mais uma vez, com a adoção de novas tecnologias, se adaptou e se tornou comum a troca de arquivos através das conexões de banda larga à internet. Com a criação de aparelhos reprodutores portáteis que permitem a audição de música digital tanto em casa, a partir do computador pessoal, quanto em trânsito, rapidamente ajudou a popularizar o formato MP3 e a prática da troca desses arquivos através da internet.

O compartilhamento é um dos aspectos estruturais da cibercultura. Exemplos de recursos tecnológicos relacionados a esse paradigma são as redes ponto a ponto (P2P, do inglês, peer to peer), das quais o Napster [...] foi uma das primeiras experiências, tendo provocado a imediata reação da indústria fonográfica norte-americana. Outro exemplo são os protocolos de compartilhamento no modelo BitTorrent, criado em 2003, que facilitam o tráfego de grandes volumes de informação (imagens em movimento, por exemplo), em que o usuário pode “baixar” arquivos indexados partilhando downloads já realizados, o que maximiza desempenho e possibilita altas taxas de transferência, mesmo se um grande número de usuários realiza downloads simultâneos de um mesmo arquivo. (COSTA, 2011, p. 128)

¹³ “Eu uso o termo ‘compressão de dados’ para assinalar a diferença entre os processos que removem dados de arquivos de áudio (tradicionalmente chamados ‘compressão’, que somente podem ser alcançados digitalmente) e o processo de reduzir a distância entre os pontos mais altos e mais baixos em um sinal de áudio. Isso é também chamado ‘compressão’, mas pode ser atingido tanto através de processamento analógico de sinais quanto processamento digital de sinais”, explica Sterne sobre o uso do termo.

3.2 “CRISE” DA INDÚSTRIA FONOGRÁFICA

O negócio da música se tornou um dos ramos mais lucrativos de toda a indústria do entretenimento no século XX. Considerado apenas a vendagem de CDs, entre 1982 e 1999, os números chegam a US\$14,6 bilhões (cerca de R\$30 bilhões) (HULL et alii.). Tanto dinheiro, num mercado tão grande levou a mudanças na forma como o negócio das gravadoras era gerido até então.

Os conglomerados estavam em Wall Street, e Wall Street queria lucros instantâneos. Os conglomerados queriam também recuperar os investimentos de imediato, e os lucros se tornaram o único elemento de importância. (MIDANI, 2008, p. 127)

É importante ressaltar que a propalada crise da indústria fonográfica, se restringe a uma parte de toda a cadeia. Nunca se consumiu tanta música, seja em que suporte for, arquivos digitais, CDs, LPs, ringtones, filmes, rádio, concertos, televisão ou outros meios. Como destaca Midani, as gravadoras chegaram à crise de seu modelo de negócio.

[...] desde 1970 o espetacular crescimento do mercado mundial da indústria fonográfica havia chamado a atenção dos grandes conglomerados da comunicação, que compraram todas as companhias independentes de discos que existiam no mundo, freqüentemente pagando um valor equivalente a 15 anos do lucro estimado. Essa entropia atingiu em cheio a política das gravadoras, que, até então, contratavam artistas com base na personalidade, no carisma e na capacidade poética. Pouco a pouco, esses valores passaram a ser *démodés*. (ibid.)

A indústria do disco criou verdadeiros impérios, formados por empresas multinacionais que lucraram muito com a venda de seus produtos durante grande parte do século passado. Porém, pode-se dizer que esses agentes não procuraram se adaptar às inovações tecnológicas e, acima disso, não procuraram criar uma relação de confiança com o mercado consumidor. (MOREL, 2010, p. 39)

O que se apresenta até o presente momento é o discurso hegemônico de que toda a indústria fonográfica se encontra em crise, que os programas de compartilhamento são os causadores da pirataria (termo amplamente utilizado para caracterizar a distribuição não autorizada de arquivos digitais) que reduziu as vendas de discos físicos e que o CD (suporte físico substituto do LP) morreu.

A mesma tecnologia digital que criou o CD e os sistemas de distribuição de Internet também se mostrou uma maldição para a indústria. Cada hora de todos os dias centenas de milhares de fãs de música baixam cópias ilegais de seus discos favoritos de uma variedade de redes peer-to-peer. Enquanto as gravadoras se esforçaram para fazer dos downloads pagos um empreendimento rentável, eles lutaram contra os downloads livres não autorizados com uma enxurrada de ações judiciais.¹⁴ (HULL et alii. 2008, p.113)

¹⁴ “The same digital technology that created the CD and the Internet delivery systems also proved a curse for the industry. Every hour of every day hundreds of thousands of music fans illegally download copies of their favorite recordings from a variety of peer-to-peer networks. While the labels struggled to make paid downloads a profitable venture they fought the free, unauthorized downloads with a barrage of lawsuits.”

Não se pode desconsiderar o papel importante que as gravadoras desenvolveram no estabelecimento de toda a indústria. Entretanto, observa-se que, ainda que haja uma grande parcela de downloads de arquivos obtidos de forma não autorizada, o consumo pago está mudando de destino, das tradicionais gravadoras para companhias que passaram a atuar de novas formas.

[...] os CDs estão a ser gradualmente ultrapassados por arquivos digitais. No princípio, MP3s foram queimados¹⁵ a partir de CDs para os computadores, comercializados em redes peer-to-peer, como o Napster e bcos da Internet. Então a Apple lançou o iPod, e sua loja iTunes tornou arquivos de música digital em um negócio legítimo. Agora serviços populares como o Spotify e Pandora permitem a usuários transmitir música de qualquer lugar, e Amazon e Apple estão incentivando as pessoas a armazenar suas bibliotecas digitais na nuvem.¹⁶ (KELLY, 2012, online)

As gravadoras, as mesmas empresas que iniciaram o negócio de gravação e distribuição de música gravada, aparentam estar atônitas diante da mudança do negócio que ajudaram a construir. A grande estrutura e influência que mantiveram por todo o século passado, também fizeram com que não acompanhassem o ritmo de mudanças econômicas e reagissem tarde às mudanças causadas pela apropriação da tecnologia digital. Midani utiliza no relato de suas experiências dentro das gravadoras, o termo “tecnocrata” para definir os executivos contratados durante a mudança de rumo na administração dessas grandes companhias, a quem atribui parte da responsabilidade pelo declínio do próprio modelo de negócio.

Os tecnocratas eram somente tecnocratas. Quanto melhores fossem no exercício dessa natureza, mais abismal sua distância com relação ao artista. Da mesma maneira, o artista olhava com estranheza aquele ser — o tecnocrata —, e não encontrava condições de diálogo. Entre a morosidade do processo de formação do artista e a incapacidade de comunicação entre ele e os tecnocratas, a equação da lucratividade estava definitivamente desarticulada. Pouco a pouco, aos olhos da maioria dos tecnocratas, os artistas viraram inimigos, considerados pouco confiáveis, pouco sérios e sem o menor senso de responsabilidade. (MIDANI, 2008, p. 126)

E segue, sobre a relação difícil que se formou entre os artistas e os executivos.

Podia-se ouvir nos corredores:

— Esse negócio de discos seria muito bom se não se tivesse que lidar com esta raça: o artista... Até então, e com algumas exceções, a indústria trabalhava a imagem do artista, e o público chegava à loja pedindo “o LP da Bethânia, do Gil, da Elis ou do Bob Dylan”. E as estações de rádio tocavam indistintamente as músicas que mais agradavam aos diretores de programação. (ibid.)

A relação entre as rádios e as gravadoras se tornou promíscua, com a banalização do “jabá” como única forma de se tocar as músicas de quaisquer artistas. Esta prática, ao longo dos anos criou um sistema viciado que proporcionou um aumento dos custos de toda a cadeia de produção da música, até o consumidor final, com o CD.

¹⁵ Queimar: processo de gravação da mídia de disco óptico.

¹⁶ “CDs are gradually being overtaken by digital files. At first, MP3s were burned from CDs onto computers, traded on peer-to-peer networks such as Napster and the Internet's back alleys. Then Apple released the iPod, and its iTunes store turned digital music files into a legitimate business. Now popular services like Spotify and Pandora let users stream music from anywhere, and Amazon and Apple are encouraging people to store their digital libraries in the cloud.”

Quando a maioria das rádios se interessava por música, o lançamento de um artista importante era disputado a tapa pelas gravadoras. Todas queriam exclusividade. Por exemplo, quando a Warner ia lançar um novo single da Madonna, procurava saber que rádio estava em primeiro lugar na audiência em cada cidade importante e dava a esta uma ou duas semanas de exclusividade de execução. Com tal privilégio a rádio era beneficiada com ainda mais audiência interessada em ouvir em primeira mão a nova música da artista. Um jogo com vários ganhadores: a gravadora, o artista e a rádio beneficiada. Com isso a gravadora conseguia convencer as rádios a tocarem outros artistas do seu cast. A moeda de troca era música.

Essa também foi a razão do CD, que como produto é mais barato que o vinil, ter ficado tão caro. Imagine que você tenha que divulgar um artista de grande porte e que, só na rádio, você vai “investir” R\$ 500.000,00. Se a previsão de vendas é de 500 mil discos a “promoção” já encareceu um real cada exemplar. Se pusermos em cima disso o lucro do vendedor (mais um real) e impostos, o CD tem que custar R\$ 2,50 a mais, pelo menos. Mas quantos CDs vendem essa quantidade? Os que vendem têm que pagar pelos que não vendem. Como eles acertam um em cada dez, a conta vai ficando salgada. (LEONI, 2009, p. 57-58)

3.3 UM NOVO NEGÓCIO

Este período que pode ser considerado difícil, de indefinição para as gravadoras, tem mostrado que não necessariamente o negócio da música deixou de ser lucrativo. Músicos continuam produzindo, tocando, fazendo turnês cada vez mais ou menos caras. Novas companhias entraram no ramo, como a supracitada Apple com sua linha de gadgets iPod e a loja virtual iTunes Store. E amantes de música continuam ouvindo e continuam comprando música.

Estima-se que aproximadamente 360 milhões de pessoas tenham acesso à internet no mundo, o que representa 34% da população mundial¹⁷. Sendo que em algumas regiões como a Europa, este percentual sobe a 63% e na América do Norte, este percentual chega a quase 79%. Considerando estas regiões de alto grau de industrialização e alto poder de compra, pode-se enxergar um grande mercado em potencial para a venda de música digital.

“Decerto eu vou sentir falta do CD,” disse Paul McCartney, de quem os Beatles foram um dos últimos grupos a se recusar a vender seus álbuns na iTunes. “Pelo lado positivo, nova tecnologia significa que os amantes dos Beatles podem agora comprar nossos álbuns pela terceira ou quarta vez”. (RIEMENSCHNEIDER, 2008, online)

¹⁷ Fonte: Internet World Stats: <http://www.internetworldstats.com/>

Embora a venda de CDs venha caindo ao longo dos anos, cresce a quantidade de venda de arquivos digitais de música (incluindo o download pago de álbuns inteiros). Desde 2004, as vendas de CD tem declinado um terço, ao passo que as vendas de álbuns digitais quintuplicaram no período¹⁸ (ibid.). Um exemplo é o do Reino Unido. Pesquisa¹⁹ divulgada pela BPI (The British Recorded Music Industry) aponta que, em 2009, foram vendidos 152.700.000 singles, dos quais 98% em formato digital. No mesmo ano, foram vendidos 16.100.000 de álbuns digitais.

No caso do Brasil, que ainda tem uma proporção pequena de pessoas com acesso à internet se considerarmos os outros países da América do Sul - apenas 39% - tem o maior contingente em números absolutos. São 80 milhões de pessoas conectadas e mais de 200 milhões de aparelhos celulares. No ano de 2009, as vendas totais de CDs caíram 9,32% em relação ao ano anterior, perfazendo um total de 20,3 milhões de unidades, ou R\$ 215 mil. Abaixo uma mostra das vendas digitais no País.²⁰

| | 2006 R\$ | TOTAL MERCADO DIGITAL % | 2007 R\$ | TOTAL MERCADO DIGITAL % | VARIAÇÃO 06/07 | 2008 R\$ | TOTAL MERCADO DIGITAL % | VARIAÇÃO 07/08 | 2009 R\$ | TOTAL MERCADO DIGITAL % | VARIAÇÃO 08/09 |
|--------------------|-------------|----------------------------------|-------------|----------------------------------|-------------------|-------------|----------------------------------|-------------------|-------------|----------------------------------|-------------------|
| INTERNET | 334.055 | 4% | 5.743.684 | 24% | +1.619% | 9.683.197 | 22% | +68% | 25.121.472 | 58,7% | +159,4% |
| TELEFONIA MÓVEL | 8.183.115 | 96% | 18.543.504 | 76% | +127% | 33.820.343 | 78% | +82,4% | 17.657.105 | 41,3% | -47,8% |
| TOTAL DIGITAL | 8.517.170 | 100% | 24.287.188 | 100% | +185% | 43.503.539 | 100% | +79,1% | 42.778.577 | 100% | -1,7% |

3.4 O ÁLBUM E A NOVA DINÂMICA DE CONSUMO

Este processo de transformação que a indústria fonográfica vem sofrendo, em que a produção, distribuição e consumo de música se dá cada vez mais majoritariamente em meio digital chamamos aqui de desmaterialização do suporte. E embora esta dita “crise da indústria fonográfica” afete economicamente de imediato unicamente as companhias dedicadas à

¹⁸ Since 2004, CD sales have declined by one-third while digital album sales have quintupled.

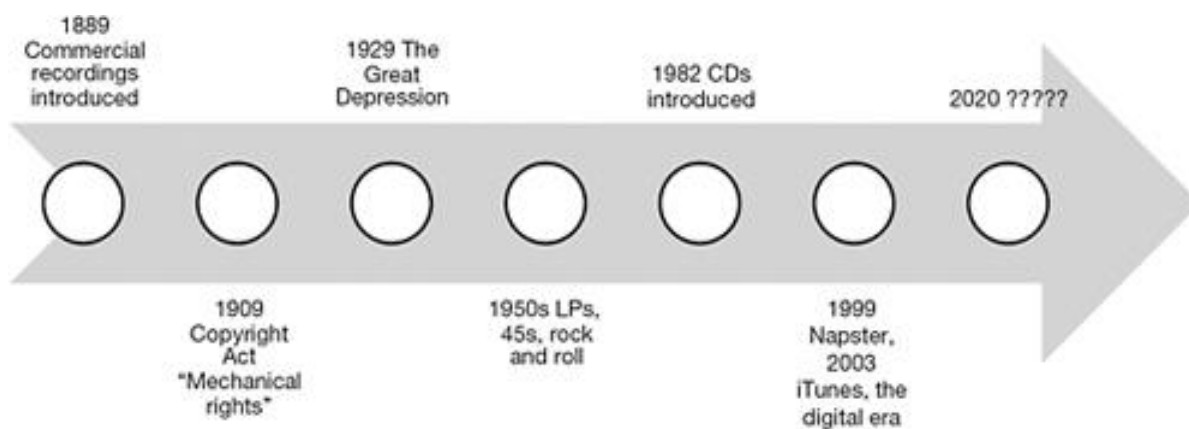
¹⁹ Digital Music Nation 2010.

²⁰ Pesquisa Mercado Brasileiro de Discos 2009, da ABPD (Associação Brasileira dos Produtores de Disco)

gravação e distribuição, as gravadoras, os outros atores envolvidos no processo, músicos e ouvintes/consumidores, continuam em suas atividades e se adaptando às novas dinâmicas.

Pelo lado dos autores, a tecnologia vem permitindo, nos últimos anos, novos modelos de negócio e de difusão de cultura, baseados na disponibilização gratuita e de forma aberta, de parte dos conteúdos produzidos, ou dos serviços prestados, apontando, assim, caminhos alternativos para a distribuição e a comercialização de produtos culturais, mediante o uso intensivo de tecnologia. Identificados como negócios abertos, essas práticas emergentes incluíram desde a disponibilização integral no site de um dos maiores conjuntos de rock inglês, o Radiohead²¹, de todas as músicas de seu novo CD, com preço para download de cada música a critério do usuário (podendo este preço, inclusive, ser nulo, sem que isso arrefecesse suas vendas físicas); até o fenômeno que ficou conhecido como Tecnobrega de Belém do Pará, no Norte do Brasil. (COSTA, 2011, p. 133)

Importante destacar que a indústria fonográfica como um todo, tem em sua história um viés de inovação regular. Desde sua formação até as últimas décadas, a inovação foi um caráter determinante de sua atuação. Hull *et alii*. traçam uma linha do tempo da evolução da indústria fonográfica em que se pode identificar ciclos evolutivos de aproximadamente vinte anos.



Números mostram que, ainda que o cenário atual seja de desmaterialização do suporte físico, o hábito de consumir música como álbum (uma coleção de canções com alguma relação entre si) ainda persiste. Na mesma pesquisa feita no Reino Unido em 2009, há a constatação da evolução constante do aumento de vendas de álbuns digitais.

²¹ Wikipedia: "In Rainbows é o sétimo álbum de estúdio da banda britânica Radiohead, que foi lançado primeiro em 10 de Outubro de 2007 em uma versão digital para download, na qual os consumidores poderiam pagar o quanto achavam que valia, e em três de Dezembro do mesmo ano em uma caixa contendo dois CDs e dois discos de vinil. Foi o primeiro álbum lançado pelo Radiohead após o final de seu contrato com a gravadora EMI."

Annual Download Sales

| | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010* |
|-----------------|------------|-------------|-------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Singles | 5.8 | 26.4 | 53.1 | 77.9 | 110.3 | 149.7 | 160.0 |
| Albums** | na | na | 2.8 | 6.2 | 10.3 | 16.1 | 21.0 |
| TOTAL*** | 5.8 | 26.4 | 81.1 | 139.9 | 213.3 | 310.7 | 370.0 |

Source: OCC * estimate **sales tracked from April 2006 onwards ***assumes 1 album = 10 tracks

Como já mencionada anteriormente, mesmo a iTunes Store, a loja criada pela Apple considerada um marco das mudanças da indústria fonográfica, organiza suas coleções em álbuns. Além da iTunes, também os dispositivos reprodutores de áudio digital da empresa, como o iPod ou iPhone, tem sua organização baseada em playlists e álbuns, podendo ser realizadas pesquisas entre suas coleções por artista, música, gênero e álbum.

CONCLUSÃO

Na exposição deste trabalho, buscou-se discutir o conceito de álbum como formato artístico desde seu início, passando por seu auge na cultura popular, até o atual momento, em que as mudanças tecnológicas continuam influenciando nas práticas de interação social, mas num crucial momento de indefinição. Da incipiente formação de um ramo de negócios, no final do século XIX, à bilionária indústria fonográfica dos dias atuais, puderam-se expor fatos, históricos e questionamentos, inclusive à noção de “crise” tão debatida nos dias atuais.

Foram utilizadas visões distintas sobre as responsabilidades e mesmo sobre a conceituação apropriada da crise. Visto que, conforme exposto, as vendas de música em suporte físico, seja CD, LP, ou outra mídia, vem caindo, nunca se produziu e consumiu tanta música. É importante ressaltar que esta alta produção, propiciada pelos mesmos avanços tecnológicos apontados como causadores da “crise”, encontra canais não convencionais de distribuição e público consumidor na ponta final, como apontado por De Marchi.

Em suma, tais mudanças não significam que a indústria fonográfica esteja “em crise” – no sentido de estar acabando. Mais uma vez, ela está se reorganizando frente a novos contextos econômicos e tecnológicos. O ponto central dos formatos digitais é, de fato, a percepção de que as pessoas não consomem mais “como antigamente”. As características materiais dos suportes sonoros imprimem novas dinâmicas à cultura fonográfica contemporânea. (DE MARCHI, 2005, p. 15)

As gravadoras vem tendo extrema dificuldade em se adaptar às mudanças trazidas pelo avanço da tecnologia digital. Com a grande influência que assumiram ao longo da segunda metade do século XX, o poder econômico adquirido e a relação distante dos artistas e público, tentam com atraso achar uma forma de atuação diante do novo cenário e veem, cada vez mais, sua influência e seus lucros caindo. Contudo, “a morte do álbum”, como alguns autores e artigos atribuem ao estabelecimento de novas tecnologias e perda de poder das gravadoras, é ainda controverso.

É certo que sistemas como os programas de distribuição de arquivos na Internet forçaram a Indústria Fonográfica a fazer algumas mudanças em seus principais características. Porém, não podemos derivar daí a morte de um formato, o álbum, que está há muito tempo influenciando nosso consumo. As práticas sociais não mudam no mesmo ritmo que a tecnologia. E, muitas vezes, é a própria tecnologia que vem trazer de volta certas práticas: com o constante aumento da velocidade de

conexão, ao invés de baixar músicas, muitos usuários passaram a baixar álbuns completos, inclusive com os arquivos das imagens da capa e do fundo. (DANTAS, 2005)

Em relação a questões estéticas e, como foi exposto neste trabalho, a tecnologia influi também no processo criativo, uma vez que o suporte também determina limites e possibilidades de acordo com cada plataforma.

Com o advento do disco compacto, reinventou-se o modo de fazer discos e de escutá-los. Bem ou mal, um CD oferece ao ouvinte uma longa e ininterrupta dose de música de alta-fidelidade. Se por um lado, a tecnologia provê uma qualidade de som e conveniência sem precedentes, por outro, cria um dilema para o artista e para o produtor. Será que o artista tem que preencher os 77 minutos de tempo de gravação disponíveis num CD? O artista que se vê forçado a preencher um CD inteiro com suas músicas estará dando ao ouvinte o seu melhor? (RAMONE, 2008, p. 109)

Passamos por um dos momentos mais importantes para a definição da história da indústria fonográfica. Neste momento de transição, é importante a observação dos fatos para análise e entendermos posteriormente o processo histórico que levará a música a novas formas e suportes. O que se pode afirmar até o presente momento é a improbabilidade de que se deixe de ouvir o Álbum Branco dos Beatles, seja em que ordem de músicas e mídia em que tocar.

BIBLIOGRAFIA

- ANDERSON, Chris. *A cauda longa*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.
- COSTA, Eliane. *Jangada Digital: Gilberto Gil e as políticas públicas para a cultura das redes*. Rio de Janeiro: Beco do Azougue, 2011.
- DANTAS, Danilo Fraga. *Mp3, a morte do álbum e o sonho de liberdade da canção?*. Anais do Encontro da ULEPICC. Salvador: UFBA, 2005.
- DE MARCHI, Leonardo. *A angústia do formato: uma história dos formatos fonográficos*. IN: E-Compós. Revista eletrônica da Associação dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação. Brasil. N.2/ 2005.
- _____. *Os donos da voz? Reconsiderando as grandes gravadoras na produção de música brasileira*. In: 1º Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2006. Disponível em: http://www.pos.eco.ufrj.br/revista/iconeco/gt2/gt2_leonardomarchi.pdf Anais do Encontro da ULEPICC. Salvador: UFBA, 2005.
- HULL, Geoffrey P.; HUTCHINSON, Thomas; STRASSER, Richard. *The music and recording business: delivering music in the 21st century*. Nova Iorque: Routledge, 2011.
- IMMINK, Kees A. Schouhamer. *Shannon, Beethoven, and the Compact Disc*. IEEE Information Theory Society Newsletter, Vol. 57, No. 4, Dec. 2007.
- _____, *The Compact Disc Story*, Journal of the Audio Engineering Society, vol. 46, pp. 458-465, May 1998.
- JANOTTI JUNIOR, J. S. . *Música Popular Massiva e Comunicação: um universo particular*. Curitiba: Interin, p. 1-12, 2007.
- KATZ, Mark. *Capturing Sound: How Technology Has Changed Music*. Ewing: University of California Press, 2004.
- LEONI. *Manual de Sobrevivência no mundo digital*. E-book, 2009. Disponível em: http://leoni.com.br/download_ebook_manual_sobrevivencia.php
- LÉVY, Pierre. *Cibercultura*. São Paulo: Editora 34, 1999.
- LEYSHON, Andrew et al. *On the reproduction of the musical economy after the Internet*. In _____. *Media Culture & Society*. London, Thousand Oaks and New Delhi: SAGE Publications, 2005, p. 177–209.
- MIDANI, André. *Música, ídolos e poder: do vinil ao download*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.
- MOREL, Leonardo. *Música e tecnologia: um novo tempo, apesar dos perigos*. Rio de Janeiro: Beco do Azougue, 2010.
- RAMONE, Phil. *Gravando!: Os bastidores da música*. Rio de Janeiro: Guarda-Chuva,

2008.

- SÁ, Simone Pereira de. *A música na era de suas tecnologias de reprodução*. E-Compós. Agosto, 2006.
- SEVERIANO, Jairo. *Uma história da música popular brasileira: das origens à modernidade*. São Paulo: Ed. 34, 2009
- STERNE, Johnathan. "O mp3 como um artefato cultural". In: SÁ, Simone Pereira de. *Rumos da cultura da música: negócios, estéticas, linguagens e audibilidades*. Porto Alegre: Sulina, 2010.
- STRAW, Will. In memoriam: the music CD and its ends. *Design & Culture*. Vol. 1, Issue 1, pp 79-92. UK: Berg, 2009.
- TROTTA, Felipe. *Gêneros musicais e sonoridade: construindo uma ferramenta de análise*. Revista Ícone, v.10 n.2. Recife: UFPE, 2008.

CONSULTAS À WEBSITES

- KELLY, Heather. *Compact Disc Turns 30*. 2012, CNN. Disponível em: <http://edition.cnn.com/2012/09/28/tech/innovation/compact-disc-turns-30/index.html>
Acesso em: 28 outubro 2012
- MARTINS, Leo. *Por que o CD convencional tem duração de 74 minutos?*. Disponível em <http://www.gizmodo.com.br/por-que-o-cd-convencional-tem-duracao-de-74-minutos>. Acesso em: 29 outubro 2012
- Museu do Alto-Falante. Disponível em <http://museudoaltofalante.com.br/index.php?page=fonoautografo>. Acesso em: 29 outubro 2012
- RIEMENSCHNEIDER, Chris. "R.I.P. the CD 1982-2007". Minneapolis-St. Paul Star Tribune. 25 de Janeiro de 2008. Disponível online: <http://www.startribune.com/entertainment/music/14294271.html> Acesso em: 2 de novembro 2012
- SISARIO, Ben. *Howard H. Scott, a Developer of the LP, Dies at 92*. The New York Times, 6 de outubro de 2012. Disponível em: <http://www.nytimes.com/2012/10/07/arts/music/howard-h-scott-a-developer-of-the-lp-dies-at-92.html> Acesso em: 30 outubro 2012
- TRUST, Gary. *Ask Billboard: What Are the Billboard 200's Longest-Charting Albums Ever?*. Disponível em <http://www.billboard.com/column-chartbeat/ask-billboard-what-are-the-billboard-200-1006510352.story> Acesso em: 1º de novembro 2012
- WIKIPEDIA: *Compact Disc*. Disponível em: http://en.wikipedia.org/wiki/Compact_Disc. Acesso em: 29 outubro 2012