

UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE  
INSTITUTO DE ARTES E COMUNICAÇÃO SOCIAL  
GRADUAÇÃO EM PRODUÇÃO CULTURAL

DANIEL FIGUEIREDO VELHO

**AS TRANSFORMAÇÕES NA INDÚSTRIA FONOGRÁFICA:**  
Músicos e produtores musicais se tornando cada vez mais independentes

NITERÓI

2020

DANIEL FIGUEIREDO VELHO

**AS TRANSFORMAÇÕES NA INDÚSTRIA FONOGRÁFICA:**

Músicos e produtores musicais se tornando cada vez mais independentes

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

Orientador: Prof. Dr. Giuliano Obici

NITERÓI

2020

## Sumário

1. Introdução .....	4
2. A era analógica.....	8
2.1 As primeiras gravações .....	8
2.2 A indústria fonográfica se forma no Brasil.....	10
2.3 A indústria fonográfica pós Segunda Guerra Mundial.....	12
3. A era digital no século XX .....	15
3.1 O início da produção musical digitalizada.....	15
3.2 A "era de ouro" da indústria fonográfica .....	17
3.3 A internet reconfigurando a indústria fonográfica.....	19
4. A Nova era digital do século XXI .....	22
4.1 A indústria fonográfica em 'crise' .....	22
4.2 Produção musical independente e tecnologia digital .....	24
4.3 As redes sociais.....	28
4.4 Serviços de streaming.....	29
5. Considerações finais.....	32
6. Referências: .....	34

# 1. Introdução

O presente trabalho busca analisar as transformações na indústria fonográfica global e brasileira, desde sua origem até os dias atuais, e assim, identificar de que forma esse processo afetou nas oportunidades de músicos e produtores musicais em se inserirem no mercado. As grandes gravadoras (*majors*) sempre dominaram o campo fonográfico, mas com avanços nas tecnologias de gravação de som, novos agentes começaram a atuar no campo, influenciando no mercado mesmo de fora do circuito tradicional das *majors*. Essas mudanças foram ocorrendo progressivamente, e a mediação tecnológica foi fundamental no século XXI, em especial com o advento da Internet e do computador que se tornaram instrumentos para a criação, distribuição e escuta musical. Numa época em que muitas pessoas estão em constante contato com a música, e seus artistas preferidos, num cenário de metamorfose da percepção musical, os agentes do campo fonográfico competem constantemente pelo sucesso mercadológico, e se submetem a adaptações constantes nos seus modelos de trabalho para alcançar esse objetivo.

A música como dito por Iazetta (2009), desde muito tempo foi mediada tecnologicamente, afinal o que seriam os instrumentos, senão tecnologias para auxiliar na criação e interpretação musical? Mas somente com a invenção do fonógrafo, em 1877 (que a princípio não foi feito com o propósito de gravar músicas), vimos a indústria fonográfica se formar, e junto com isso, novas formas de se ouvir, produzir e distribuir as obras. Não que em outras épocas, o fazer musical não tenha sofrido mudanças, ou evoluído. A partitura por exemplo, precedeu o fonógrafo como meio para difundir composições, porém, a fonografia reconfigurou a percepção de música, que antes era limitada a performance e escuta presencial.

Com isso, o mercado fonográfico se tornou um campo de disputa, onde agentes que detinham mais capital prevaleceram, esses agentes eram principalmente as chamadas *majors* (grandes gravadoras). De acordo com Leyshon (2009), na primeira metade do século XX, o poder ficou centralizado na mão das *majors*, que competiam entre si e mantinham suas informações e descobertas tecnológicas para si, num regime burocrático e 'laboratorial', onde produtores musicais e engenheiros de som faziam experimentações com os equipamentos e espaços do estúdio, buscando a melhor qualidade sonora. Assim, era difícil para um músico conseguir ascender em sua carreira nesse novo tipo de mercado sem a ajuda de grandes gravadoras. A fidelidade sonora das gravações era um dos principais objetivos, o acesso às tecnologias de estúdio, além de capital para distribuição e publicidade era algo que quase

nenhum músico teve sem contratos com as *majors*. O Brasil teve a formação de uma indústria fonográfica própria nos primeiros anos do século XX, mesmo que ainda dependente de empresas estrangeiras para auxiliar na cadeia de produção. Porém isso mudou no final da década de 1920, quando as gravadoras multinacionais entraram no mercado fonográfico do país, e passaram a dominá-lo, justamente por deterem as tecnologias mais avançadas da época (DARBILLY, 2007).

O fim da Segunda Guerra Mundial, fez esse cenário se transformar. Quando as tecnologias usadas para guerra foram adaptadas para o consumo, ocorreu uma "primeira onda" de barateamento de equipamentos de gravação, os tornando mais acessíveis para indivíduos que atuavam fora do circuito das *majors*. Nesse momento, podemos traçar o início do declínio de grandes gravadoras. Produtores e engenheiros passam a se apoiar em seu "sucesso" para seguirem carreira empresarial, e assim aumentar seus lucros. O barateamento de equipamentos que tornou a tecnologia musical mais acessível, diminuiu as barreiras de entrada no mercado, o que resultou, na chegada de novos agentes, como gravadoras de menor porte (*indies*), e músicos independentes.

Logo no começo da década de 1980, o CD se tornou padrão no mercado, dando início a era digital da indústria fonográfica. Esse foi o período que as *majors* mais enriqueceram, mas também foi importante para músicos, produtores e gravadoras independentes. Os consoles de gravação da Neve e SSL, foram pioneiros na introdução de *software* em mesas de som, isto resultou em mais uma transformação na indústria como um todo, onde estúdios que antes se orgulhavam de suas especificidades tecnológicas, se viram obrigados a comprar equipamentos 'genéricos'. Nesse ponto, com a ascensão de "produtores estrelas", a profissão começa a se movimentar para um cargo *freelance* em que produtores e engenheiros vão deixando de ser funcionários assalariados de grandes gravadoras, ganhando mais controle sobre suas carreiras (LEYSHON, 2009).

Mas em meados dos anos 1990, o CD passa a ser substituído pelo MP3, um formato de áudio que permite aos ouvintes, terem mais músicas armazenadas em seus dispositivos sob o custo de perda de algumas particularidades sonoras em frequências de difícil percepção para o ouvido humano. O MP3 foi fundamental para os eventos que vieram a ocorrer na virada do século XXI, devido ao surgimento de programas P2P (*peer-to-peer*), que popularizaram o formato através do compartilhamento de arquivos online. A pirataria causou a 'maior crise da história' da indústria fonográfica, as *majors* tiveram suas faturas extremamente reduzidas, e seu modelo de mercado que proporcionou "era de ouro" para grandes gravadoras já não era mais eficiente para lidar com o contexto que tinha a *Internet* como um dos elementos centrais.

Na primeira década do século XXI, gravadoras, especialistas, pesquisadores dentre outros agentes do campo fonográfico, buscaram soluções para o fenômeno da pirataria que havia abalado todas as estruturas da indústria. Por um lado, a troca de uma distribuição musical mais focada em produtos físicos por uma focada em tecnologias virtuais pareceu ser a melhor opção para muitos, mas, por outro lado, as *majors* tiveram dificuldade para competir com os *downloads* ilegais nas suas plataformas oficiais. Segundo Leal (*apud* DARBILLY, 2007), as gravadoras independentes parecem ter se adaptado bem aos novos usos da tecnologia digital, por enxergarem bem as mudanças no mercado, ganhando mais força nesse período, enquanto as grandes gravadoras se mantiveram estáticas por mais de 20 anos, período em permaneceram “repensando suas estruturas”.

Esse cenário mudou recentemente, o acesso à internet foi se tornando cada vez mais presente no cotidiano da população, principalmente, pelo aprimoramento e barateamento de dispositivos móveis e a tecnologia 4G. Nesse período de transição para uma maior inclusão digital, as redes sociais e as plataformas de *streaming* tiveram um papel essencial para uma nova configuração no campo fonográfico. A indústria fonográfica encontrou no *streaming* uma forma de distribuir suas músicas oficialmente que se popularizou, suas tentativas anteriores de *downloads* oficiais não haviam sido tão bem sucedidas, as *majors* se lançaram nesse modelo de mercado, assim como músicos, produtores e gravadoras independentes, sendo esse o padrão de distribuição musical da atualidade.

Apesar das *majors* encontrarem um novo método de recuperação após a crise da pirataria, elas não estão livres da competição uma vez que as redes sociais, e o próprio *streaming* foram e são altamente aproveitados por outros agentes do campo. As redes sociais e os serviços de *streaming*, têm um grande potencial de distribuição e divulgação musical de baixo custo. Além disso, o acesso cada vez maior a tecnologias digitais, como o computador (que se tornou uma ferramenta essencial para produção musical digital), fez com que mais músicos e produtores comessem a surgir no campo. As produções fonográficas que antes exigiam espaços específicos de estúdio, equipamentos quase que “exclusivos” e profissionais altamente especializados, hoje podem ser feitas em estúdios caseiros, com apenas um indivíduo controlando todas as ações.

Para analisar as transformações no campo fonográfico global e nacional, foi necessário traçar o caminho desde sua origem, até os dias atuais, trazendo principalmente as visões de Iazetta no que se refere a mediação tecnológica da música, Darbilly quanto o surgimento da indústria brasileira e Leyshon sobre o regime do setor de estúdios nesse período. Partiu-se da chegada dos primeiros métodos analógicos de gravação, que marcaram os passos iniciais para

a formação de uma indústria fonográfica sólida, em que imperou a visão mercadológica da música. Já em território brasileiro, a consolidação foi mais lenta, sendo Fred Figner o pioneiro da indústria no país, com a criação da Casa Edinson. Mas com pouco menos de 30 anos da presença dessa indústria no país, a instalação de empresas estrangeiras no Brasil mudou as relações de poder no campo fonográfico brasileiro, que passou a ser dominado por elas. Por fim, aborda-se o fim da Segunda Guerra Mundial, e como esse evento afetou as últimas décadas da “era analógica” da indústria fonográfica, ao contribuir para a “democratização” tecnológica, e consequentemente das tecnologias de gravação.

Em seguida, o estudo é direcionado para a produção musical digitalizada no século XX, começando pela emergência da música mediada por tecnologias digitais, e como elas foram adaptadas para a estrutura da indústria musical até se consolidarem como o padrão no mercado. Essa consolidação veio com a chegada do CD, que começou a ser comercializado em 1983. Este foi o momento em que a indústria fonográfica mais faturou na história, o período ao qual alguns se referem como a “era de ouro”, apesar ter sido bom para a indústria num geral, as *majors* foram os agentes mais vitoriosos no campo. Mas é na última década do século XX, que vemos os primeiros passos para uma reconfiguração da indústria fonográfica, causada principalmente pela maior adesão a computadores pessoais e pelo advento da Internet. A popularização do MP3, e a criação de programas de compartilhamento online de arquivos (*peer-to-peer*), como o Napster, nos últimos anos da década, são grandes fatores responsáveis pelas mudanças drásticas na indústria fonográfica, que se desenrolaram no começo do século XXI.

A última etapa do trabalho, começou com a análise do resultado desses fatores na indústria fonográfica, que enfrentou a “maior crise de sua história”, para então focar nas diferentes respostas dos diversos agentes do campo fonográfico a esses eventos. A pirataria virtual, somada a padronização do MP3 como formato de áudio preferido dos consumidores, reduziu drasticamente as faturas das *majors* e de seus artistas, deixando muitos em dúvida de quais passos deveriam ser seguidos para se resolver a crise, um momento caracterizado por forte divergência de opiniões entre os agentes do campo fonográfico. Então, a discussão do estudo se volta para as novas maneiras de se produzir, distribuir e divulgar músicas, e como as grandes gravadoras, gravadoras, músicos e produtores independentes as têm utilizado. A tecnologia digital é fundamental para esse novo modelo de mercado que se tornou o padrão na indústria, que gira em torno de redes sociais, serviços de *streaming* e *softwares* inovadores de edição de som.

## 2. A era analógica

### 2.1 As primeiras gravações

Em 1877, o fonógrafo, uma invenção de Thomas Edison, foi mostrado ao mundo, aparelho este que tornou possível a gravação e reprodução de sons e representou um marco inicial para os novos meios de gravação que viriam a surgir. O som era armazenado em cilindros fonográficos, que tinham baixa capacidade de armazenamento e não podiam ser replicados, além de apresentarem ruídos e diferenças em relação aos sons originais.

Como descreve Iazetta (2009), o fonógrafo foi responsável por uma mudança radical nas rede de relações que estava estabelecida em torno da música. Se num cenário anterior, o fazer e a escuta musical, estavam restritos às apresentações ao vivo, com o fonógrafo esta barreira foi quebrada. Algo que estava distante da imaginação das pessoas aconteceu, e a própria concepção de música passou por uma transformação. Por exemplo, agora um indivíduo poderia escutar músicas dentro de suas própria casa, sem precisar estar presente na hora e local exatos em que foram feitas. Ainda segundo o autor, "O registro sonoro sobre um suporte físico enfatizou o processo de "coisificação" da música, ao mesmo tempo que eliminou a necessidade de conexão espaço-temporal entre a performance e a escuta"(IAZETTA, 2009).

É importante dizer que essa mudança não foi rápida. A escuta de músicas gravadas não caiu nas "graças do povo" imediatamente, mas foi gradativamente sendo aceita após aperfeiçoamento da qualidade das gravações aliado a estratégias de divulgação. Apesar do fonógrafo representar um ponto de partida, já na virada do século XX o gramofone, uma invenção concorrente no mercado, se tornou predominante. O gramofone trouxe os discos de 7 polegadas e 78 rpm (rotações por minuto) que substituíam os cilindros na função de armazenamento. Gomes (2014) aponta que "Com o surgimento dos discos, estabelecia-se no início do século XX um novo modelo de consumo, no qual o gramofone tornava-se um instrumento de reprodução que demandava a compra de discos"..

Este novo modelo de consumo, permitiu a replicação e distribuição em massa das gravações. Assim, o mercado fonográfico teve um grande impulso nas vendas, e consequentemente nos lucros. Mas conquistar o público não foi uma tarefa fácil. Iazetta aborda esse problema dos primórdios da indústria fonográfica, e relata uma das estratégias da mesma para reverter esse cenário, que seria retornar para a origem o uso do verbo "tocar". Por exemplo, quando alguém diz: "bota aquela música pra tocar!", esta escolha verbal não ocorreu naturalmente, mas foi na verdade, "planejada" pela indústria. No século XIX, para um

ouvinte, a música estava fortemente relacionada com a idéia de ação, de se fazer música, ou estar presente durante o ato, assim, quando ouvem a música sendo "magicamente" reproduzida por um aparelho, se distanciando muito da usual maneira até então, um estranhamento era a reação padrão. Tendo isso em vista, a indústria comunica ao público, que o reproduzidor de sons seria como um instrumento e dos mais sofisticados, logo, com ele se estaria "tocando" uma música com mesma qualidade de um músico profissional, no ambiente caseiro.

Enquanto a indústria fonográfica se firmava neste início do século XX, o setor de estúdios de gravações, que se tornou um dos pilares da produção musical, começou a desenvolver seus processos de gravação aliados às inovações tecnológicas. Em 1931, foram inaugurados na rua Abbey Road, situada em Londres, os primeiros estúdios da empresa EMI (Electrical Music Industries), que na época, eram o maior complexo dedicado a gravação para gramofones (LEYSHON, 2009).

Após a EMI, outras grandes companhias de gravação como a Decca no Reino Unido, e a Warners nos EUA, passaram a construir seus próprios estúdios de gravação, onde os avanços tecnológicos e a criatividade musical atuavam juntos num local específico para isso. Esses estúdios, se tornaram sedes para as inovações relacionadas a gravação musical pois neles eram desenvolvidas tecnologias, métodos de gravação e projetos arquitetônicos qualificados para que as produções fossem aperfeiçoadas. O trabalho nos estúdios tinha um caráter "laboratorial", que se estendia até o código de vestimenta dos envolvidos, que usavam jalecos brancos. Os engenheiros de som desempenhavam um papel quase que de pesquisadores nesse contexto, testavam quais os melhores posicionamentos para os microfones captarem corretamente a acústica, estudavam as tecnologias que lhes eram disponibilizadas, sempre buscando uma melhor qualidade nas gravações.

O fato é que os ambientes dos estúdios de gravação eram altamente burocratizados, somente as empresas com alto poder de investimento eram capazes de construir e desenvolver estúdios capazes de estar no nível da concorrência. Os engenheiros e as grandes gravadoras guardavam suas tecnologias às sete chaves, de maneira semelhante a "guerra-fria", estas empresas disputavam entre si, na busca de terem as melhores inovações tecnológicas e os melhores métodos de gravação:

O espaço em cada estúdio era diferente, e o ambiente acústico frequentemente desenvolvido incremental e organicamente em relação a natureza dos materiais usados na sua construção ou para experimentos subsequentes(...) diferentes estúdios geralmente trabalhavam com uma paleta distinta de tecnologias. Apesar de parte dos equipamentos serem genéricos, a maioria era única ao estúdio, tendo sido produzida

pela divisão de manufatura da grande companhia (LEYSHON, 2009, tradução nossa).

## **2.2 A indústria fonográfica se formando Brasil**

Nos dias atuais, em um mundo globalizado e de avanços tecnológicos cada vez mais impressionantes, é normal que um produto advindo destes avanços, originário de certo país, passe a ser comercializado em boa parte dos outros países do mundo, mesmo com importações resultando em preços altos, principalmente nos subdesenvolvidos, como o Brasil. Porém, na época em que o fonógrafo foi inventado, não era tão fácil trazer um produto de outro país, e muito menos passar a comercializá-lo de maneira viável.

Darbilly (2007), ao analisar como se deram as mudanças das relações de poder do mercado fonográfico brasileiro após o surgimento do fenômeno da pirataria virtual e da tecnologia MP3, relata a origem da indústria fonográfica brasileira. O fonógrafo foi apresentado no Brasil em 1879, dois anos após sua criação por Thomas Edinson e segundo Silva (2001), a indústria fonográfica passa a existir no país nesse momento. No entanto, é apenas em 1900 que o fonógrafo passa a ser comercializado em território brasileiro, quando Fred Figner, um estrangeiro de origem tcheca, funda a Casa Edinson, primeira casa de comercialização dedicada a venda de artigos importados do ramo musical (ALMEIDA, 2002). Dois anos após seu surgimento, a Casa Edinson se tornou a primeira gravadora do país, gravando os primeiros discos brasileiros, que em seguida eram enviados à Europa para prensagem (INSTITUTO CULTURAL CRAVO ALBIN *apud* DARBILLY, 2007).

De 1902 até 1927, os discos eram gravados de maneira mecânica, e a Casa Edinson foi responsável por mais da metade de aproximadamente 7 mil discos gravados no Brasil, tornando Figner o proprietário exclusivo da produção de música brasileira. A presença internacional no mercado fonográfico do Brasil começou com a International Talking Machine, que firmou um contrato com Fred Figner prevendo a instalação de uma fábrica de discos em um terreno que era propriedade dele. Essa fábrica foi chamada de Odeon Talking Machine, e se instalou na cidade do Rio de Janeiro, com os equipamentos de gravação mais modernos da época a sua disposição (DARBILLY, 2007).

Esse modelo de mercado fonográfico se perpetuou no Brasil até a chegada dos primeiros discos gravados eletronicamente, criados pela Western Electronic Co.. O problema enfrentado pela gravação mecânica era em relação a qualidade sonora das peças, o público considerava que as músicas da rádio, feitas ao vivo, tinham maior fidelidade aos sons em sua

concepção original do que as músicas oriundas de gravações (DARBILLY, 2007). As gravações elétricas tinham uma qualidade sonora bastante superior às gravações mecânicas, e não tardou para que outras grandes fábricas como a Columbia, iniciassem aperfeiçoamentos ao sistema de gravação elétrica, e em seguida, ganhassem a licença para industrializar discos elétricos (ALMEIDA, 2002).

Em 1927, é produzido o primeiro disco elétrico brasileiro, pela Odeon Talking Machine. A partir desse momento, as empresas estrangeiras começaram a dominar a indústria fonográfica brasileira, visto que eram elas que possuíam as tecnologias mais avançadas para realizar as melhores gravações possíveis para a época. Segundo Cabral (*apud* SILVA, 2001), pouco tempo após o primeiro disco elétrico feito pela Odeon, outras empresas multinacionais do mercado fonográfico como a Brunswick, a Columbia e a Parlophon, instalaram estúdios e fábricas na cidade do Rio de Janeiro, com o objetivo principal de se recuperar da crise de 1929 da Bolsa de Nova York. Com a vantagem do sistema de gravação elétrico sobre o sistema mecânico, não tardou para que as fábricas nacionais começassem a desaparecer, já a Odeon manteve sua matriz européia no Brasil, além de afastar Fred Figner em 1932 de seus negócios, e conseqüentemente a Casa Edinson, que se distanciou do mercado fonográfico após esse evento (SILVA, 2001).

Laus (*apud* DARBILLY, 2007), aponta os fatores que impulsionaram a indústria fonográfica e a música popular brasileira no país. Na década de 1930, houve uma diminuição significativa na procura de produtos importados, devido à crise que assolou o país por causa da queda do preço internacional do café e resultou em uma desvalorização da moeda e na contração da renda nacional. Isso tornou o momento ideal para um avanço na industrialização do país, o Governo Vargas percebeu a situação e investiu fortemente no setor industrial. Parte desse investimento, se dá na música, que o Estado aliado de intelectuais, usa como propaganda para criar uma identidade nacional:

A conjugação do cinema falado (o ciclo da comédia musical), da gravação elétrica, da fabricação e venda maciça dos fonógrafos e o advento do rádio comercial formam, sem dúvida, a base tecnológica com a qual vão se juntar a excepcional renovação do repertório de música urbana com a chegada do samba e o surgimento de uma legião de cantores e compositores como nunca houve igual na música brasileira (LAUS, 1998)

É ainda nos anos de 1930, de acordo com Laus (*apud* DARBILLY, 2007), que os caminhos da indústria fonográfica do Brasil são definidos, com três multinacionais se tornando "hegemônicas" no mercado do país, após a saída da Parlophon e da Brunswick. Estas empresas são: "A Odeon, hoje EMI Music; a RCA-Victor, hoje BMG Brasil; e a

Columbia, que transforma-se em CBS (Columbia Broadcasting System) em 1938 e é comprada pela Sony Corporation em 1987" (LAUS, 1998).

## 2.3 A indústria fonográfica pós Segunda Guerra Mundial

Com o fim da Segunda Guerra, o campo da indústria fonográfica não foi o único a utilizar de uma série de avanços tecnológicos, diversos outros campos também obtiveram essa oportunidade, decorrente dos investimentos feitos em busca da supremacia militar. Essa tecnologia, foi revertida, ou adaptada para o consumo, e o resultado disso é o que Iazetta se refere como um fetiche tecnológico. Os países desenvolvidos, principalmente os EUA, foram os mais afetados por essa "febre tecnológica", por terem transposto os seus progressos técnicos e tecnológicos no setor militar para o domínio social:

A euforia pelo avanço da ciência, especialmente na América do Norte, deu espaço ao surgimento de um verdadeiro fetiche tecnológico em que se imaginava um modo de vida permeado por máquinas que cuidariam das tarefas mais desagradáveis do cotidiano, dando ao indivíduo tempo suficiente para dedicar -se às atividades de lazer, estas também mediadas por novas invenções tecnológicas (IAZETTA, 2009).

A partir desse momento, o cenário musical sofre, mais uma vez, uma série de mudanças, e como na primeira metade do século XX, essas mudanças ocorrem principalmente, em função dos avanços tecnológicos. É principalmente nos Estados Unidos que observamos essas transformações, e a análise deste país é importante, principalmente pela influência e relevância que a indústria fonográfica americana tem sobre o mercado global. Por exemplo, é a CBS, empresa americana, que é pioneira em 1946, ao substituir os discos de 78 rpm pelo LP (*Long-Playing*), também conhecido como vinil, que no início da década de 1950 já seria aceito como o padrão da indústria. A vinda do LP, aliada aos refinamentos em aparelhos fonográficos e a difusão da rádio como meio de comunicação em massa, deram um "salto na qualidade de reprodução musical por meio de alto-falantes"(IAZETTA, 2009).

É nesse período pós guerra, que podemos traçar o momento de declínio do sistema onde os estúdios eram dominados por grandes companhias de gravação, ocasionado tanto pelo avanço em tecnologias de gravação, quanto pelo surgimento de produtores "estrelas", que buscam maneiras de escapar da alta burocratização normalizada nos estúdios de gravação. Com a tecnologia militar de gravação sonora achando espaço no mercado aberto e o advento das fitas como meio de gravação (que também baratearam os custos de produção em relação ao método *direct-to-disk*), as barreiras para se entrar no mercado abaixaram mais ainda (LEYSHON, 2009).

Darbilly (2007) observa, que também na década de 1950, começam a surgir gravadoras de menor porte, em consequência do "aprimoramento e do barateamento dos custos de produção de discos". Apesar das oportunidades propiciadas por um maior acesso tecnológico, essas pequenas gravadoras ainda dependiam das grandes para algumas situações, como a fabricação de discos, o uso de estúdios de gravação, dentre outras necessárias no processo de criação e distribuição musical da época. Dias (*apud* DARBILLY, 2007) relata, que no Brasil, os registros de música independente são mais escassos na década de 1960, mas nos anos de 1970 e 80, se observa um movimento denominado Vanguarda Paulista, que atua fora do circuito institucional das grandes gravadoras, e consegue certo sucesso e atenção da mídia.

Sobre as gravadoras que dominavam o mercado fonográfico brasileiro, a Som Livre, que era nacional teve o maior faturamento, mas deve ser vista como uma exceção:

"Dessa forma, as gravadoras transnacionais já lideravam o mercado fonográfico do país. Segundo Dias (2000, p.74), as maiores empresas que atuavam no mercado fonográfico no ano de 1979, juntamente com seu faturamento no período, eram a Som Livre (25%), CBS (16%), PolyGram (13%), RCA (12%), WEA (5%), Copacabana (4,5%), Continental (4,5%), Fermata (3%), Odeon-EMI (2%), K-Tel (2%), Top Tape (1%) e Tapeçar (1%). A Som Livre, gravadora nacional e que aparece na lista em primeiro lugar, deve ser vista como uma exceção, segundo a autora, já que desfruta de condições privilegiadas frente às outras. Por pertencer a Rede Globo, ela produz basicamente trilhas sonoras e naquele contexto "diferenciava-se das outras empresas, uma vez que limitava sua ação à escolha dos títulos e à consequente negociação de seus royalties e direitos autorais, utilizando os serviços de fábrica e distribuição de outras companhias" (DIAS, 2000, p.60). Outra vantagem, de acordo com Dias (2000), era o "esquema promocional e de difusão de que usufruía", possuindo ela uma verba destinada à sua campanha na Rede Globo maior do que de muitos grandes anunciantes como a Souza Cruz ou Coca-Cola" (DARBILLY, 2007).

A questão dos produtores fonográficos e engenheiros de som que ascenderam à uma posição de celebridade, foi um importante fenômeno que contribuiu para a entrada de gravadoras e estúdios independentes na indústria fonográfica. É no final da década de 1960 que percebe-se cada vez mais produtores e engenheiros utilizando de seus sucessos passados para se separar dos estúdios controlados por grandes gravadoras, tentando carreiras empresariais que possibilitavam maiores remunerações. O exemplo dado por Leyshon (2009), que pode até ser considerado um catalisador para essas mudanças, foi quando George Martin, produtor empregado pela EMI, e que gerenciou as sessões de gravações dos The Beatles, se demitiu de seu emprego numa época em que a maioria dos produtores era assalariado, e criou sua própria gravadora, a AIR. Desse momento em diante, um crescente número de produtores e engenheiros bem sucedidos, trocaram seus empregos assalariados por métodos *freelance*, e nos anos de 1970 cada vez mais estúdios independentes começaram a

aparecer, os quais contratavam justamente os *freelancers*, sendo muitos desses estúdios gerenciados por produtores.

Na década de 1980 os métodos analógicos de gravação são abandonados, pelo menos por grande parte do mercado e da própria indústria. Tendo feito sua história e traçando o caminho para que uma "era digital" da indústria fonográfica afluísse. São nesse últimos anos da era analógica, que vemos as grandes gravadoras se depararem com uma nova concorrência. Se antes as *majors* dominavam o mercado e competiam somente entre si, nos anos de 1970 elas se deparam com um crescente número de gravadoras independentes que conseguiram se inserir no mercado. Assim se inicia um processo de descentralização do poder em toda indústria fonográfica. Esse processo não foi instantâneo, e a intensidade desse fenômeno deve ser discutida, porém é fato, que este é o início de uma "democratização" do acesso aos meios de gravação e produção musical. É com a saída dos produtores e engenheiros buscando carreiras empresariais, que o conhecimento em trabalhos de estúdio começa a se espalhar, e é também nesse momento que estes mesmos agentes do campo fonográfico começam a deixar empregos assalariados e passam a trabalhar como *freelancers* (atualmente esse é o método de trabalho mais comum entre produtores e engenheiros de som). Vemos no fim da era analógica os indícios de uma polarização do mercado fonográfico, que serão determinantes para analisar os fatos que afetaram o campo fonográfico com a vinda dos meios de gravação digitais.

## **3. A era digital no século XX**

### **3.1 O início da produção musical digitalizada**

Até o uso de tecnologias digitais na música passar não somente a ser aceito, mas também se tornar o padrão na indústria fonográfica, pode-se encontrar registros que antecedem este cenário, onde músicos e cientistas experimentavam uma produção musical que utilizava os meios digitais. Observa-se no final da década de 1950, as primeiras experimentações com a síntese digital. Segundo Iazetta (2009), "Os trabalhos pioneiros de Max Mathews com síntese digital nos laboratórios da Bell Telephone já no final dessa década representam o início de uma revolução nos modos de produção e manipulação do som".. Apesar desses experimentos marcarem a entrada das tecnologias digitais na música, o uso destas ainda era muito limitado, poucos compositores tinham acesso aos aparelhos, e também era necessária presença de engenheiros especializados no manuseio destas máquinas para a produção sonora. Mesmo para se produzir uma música com poucos segundos de duração, o resultado não podia ser ouvido imediatamente, e o processo poderia demorar dias para ser finalizado. É evidente que o uso da tecnologia digital, a princípio não era viável para um modelo de mercado massivo como a fonográfico, mas estes primeiros passos tem importância, já que vão lentamente introduzindo meios digitais de produção na música.

Por mais que a chegada do CD no mercado tenha sido a característica mais marcante do início de uma era digital na música (pelo menos aos olhos dos consumidores), é necessário perceber as mudanças que estavam ocorrendo no setor dos estúdios de gravação, já que são neles que as inovações tecnológicas em produção musical são perceptíveis e influentes. O processo de criação musical na segunda metade do século XX, estava mais que nunca ligado ao trabalho em estúdios de gravação, e levando em conta os caminhos que a indústria fonográfica tomou desde a invenção do fonógrafo, eram nos estúdios que as tecnologias fonográficas mais avançadas da época eram postas em uso. Assim, antes do CD ser comercializado para as massas, os estúdios de gravação adaptaram-se para este novo formato digital, abandonando cada vez mais os equipamentos designados para gravação analógica, e os substituindo por equipamentos que possibilitaram a produção musical digitalizada.

No final da década de 1970, os estúdios passaram a ter uma proposta mais profissional no uso de seu espaço para retorno financeiro. Maior parte disso se deve a compra das empresas de gravação, por empresas ainda maiores, que não necessariamente estavam ligadas somente a música (LEYSHON, 2009). Com isso, os estúdios de gravação passaram a receber

artistas e produtores que não eram contratados pelas suas empresas a fim de obter maior lucro com a "locação" do espaço, mais um dos acontecimentos que tornaram os estúdios de gravação mais acessíveis (LEYSHON, 2009).

Um novo acontecimento ainda mais importante para o setor dos estúdios como um todo nesse período foi o desenvolvimento de novos consoles de gravação digital por empresas tecnológicas do Reino Unido, como a SSL (Solid State Logic) e a Neve (LEYSHON, 2009). Estas duas empresas especializaram sua produção para mesas de som, que são os aparelhos usados por produtores e engenheiros para controlar elementos da gravação, importantíssimos no processo. A SSL e a Neve se estabeleceram em meados dos anos de 1960, e durante esse período fizeram suas contribuições em inovações nos equipamentos de gravação, no entanto somente em 1977, começaram a integrar softwares de computador nos seus consoles de gravação. Isso não somente facilitou e flexibilizou o processo de gravação nos estúdios, mas também derrubou algumas barreiras que tornavam o ambiente do estúdio um local de certa exclusividade (LEYSHON, 2009).

Segundo Leyshon (2009), a SSL desenvolveu um console de gravação com um elemento que chamaram de "Total Recall" (Recordação Total) para uma de suas mesas de som, a "SL 4000 E". Essa mesa caiu nas graças de produtores e engenheiros ao integrar software e memória nas sessões de gravação. Antes, para retomar as configurações de uma gravação anterior, os produtores e engenheiros tinham de fazer anotações detalhadas sobre a posição de *faders* e outros instrumentos. Nos anos de 1960 o normal eram mesas de som com 4 canais, mas no final da década de 1970 já se podia encontrar 32 canais, e todo produtor deveria contar com suas anotações e memória para configurá-los. Já com o uso do software integrado em mesas como a SL 4000 E, os produtores poderiam salvar as sessões de gravação em um disquete, e quando quisessem retomar outro dia, ou até em outro lugar, utilizariam esse mesmo disquete para voltar ao trabalho com as configurações precisamente iguais à sessão anterior.

A Neve, 1 ano após, fez um sistema parecido com o da SSL, o NECAM. Estas máquinas vieram a se tornar a escolha da grande maioria dos produtores e engenheiros, talvez esse seja o primeiro momento em que a produção fonográfica (e o fazer musical) se aliou as tecnologias digitais com uma intensidade considerável, inclusive se tornando padrão nos estúdios. Leyshon (2009) aponta, que cada console de gravação da SSL e da Neve custava de 250.000 à 300.000 libras, um valor considerável até para grandes estúdios de gravação, quanto mais para os estúdios independentes. Ironicamente, esse recurso que havia se tornado necessário para qualquer estúdio, colaborou para que os produtores ganhassem poder no

campo, já que o espaço do estúdio não era mais o elemento mais importante de uma gravação, mas sim as mesas de som da Neve e SSL. Além disso, com os disquetes, os produtores ganharam mais oportunidade de escolhas entre os estúdios, agora decidindo onde iriam realizar as etapas de seu trabalho.

A partir da década de 1980 em diante, o setor de estúdios de gravação entra em um período de "competição destrutiva", onde os beneficiados são os que pagam pelos serviços. Como as grandes gravadoras, eram os clientes mais relevantes dos estúdios, representando grande parte do capital investido, atiraram os estúdios uns contra os outros, já que os aparelhos da Neve e da SSL passaram a ser padrão entre os estúdios. Essa padronização estrutural diminuiu as diferenças que existiam entre cada estúdio, e clientes se aproveitaram disso para tentar reduzir o pagamento pelas horas de serviço em relação ao seu real custo. Além da deflação do "tempo de estúdio", os engenheiros de som foram expostos à condições de trabalho exageradas, já que nesse momento o setor de estúdios começou a cobrar por dia, em um turno de 12 horas para as gravações, disponibilizando um engenheiro de som da casa. Os engenheiros assalariados geralmente recebiam um pequeno valor para estarem a disposição do estúdio, e o resto do dinheiro é dado por horas trabalhadas, de modo que o emprego exigia cargas horárias exaustivas. A maioria passou a escolher esse caminho para construir um portfólio e em seguida se desvincilhavam das carreiras assalariadas para trabalharem como *freelancers*.

Em seus levantamentos sobre o setor de estúdios, Leyshon tem como objeto de pesquisa, principalmente os EUA e o Reino Unido. Como a indústria fonográfica brasileira era controlada por multinacionais estrangeiras, as mudanças que às afetam em seus países de origem, acabavam afetando igualmente o Brasil, mesmo que com certo atraso. A estrutura que Leyshon descreve, não é a mesma que do Brasil, mas podemos dizer que o setor brasileiro de estúdios se "inspira" nesses modelos, geralmente importando equipamentos e softwares que predominam nos estúdios mais renomados.

### **3.2 A "era de ouro" da indústria fonográfica**

Em 1982, pouco mais de 20 anos após as primeiras experimentações com sintetizadores digitais, a gravadora Polygram da Alemanha inventou o disco compacto digital

(*CD-player*). O CD passa a ser comercializado em 1983, e não demorou para que debates sobre as possíveis vantagens e desvantagens desse advento inflammassem entre críticos musicais, músicos, produtores, dentre outros agentes envolvidos no campo da produção fonográfica. O foco da discussão pelos especialistas em música, girava em torno da "fidelidade sonora" da gravação digital em comparação com a analógica. Para alguns o CD havia atingido o pico da qualidade de som para a época em suas gravações e reproduções, sendo que desde o surgimento do fonógrafo, tanto a indústria, quanto os consumidores estão em busca de inovações tecnológicas que tornem as gravações as mais fiéis possíveis em relação aos "sons originais". Porém, segundo S. Sutherland (*apud* IAZETTA, 2009), outros acusavam o CD de ter um "som cansativamente agudo e agressivo, uma imagem estereofônica achatada e instável e mudanças na 'ambiência' geral de performances familiares".

Neste período marcado por inovação e dúvidas, profissionais do ramo musical como críticos e músicos, foram convidados a participar de diversos testes (mais voltados para uma escuta científica do que musical), que tinham a finalidade de analisar as vantagens e desvantagens do CD em relação ao LP (IAZETTA, 2009).

Apesar das discussões que comparavam os meios analógicos de gravação com os digitais, não tardou para que o CD se popularizasse no mercado, e passasse a ser o padrão na indústria fonográfica. Darbilly (2009), explica como ocorreu a entrada da nova mídia no mercado brasileiro, com auxílio dos pensamentos de Leonardo de Marchi:

No Brasil, os CD's apenas passaram a ser comercializados a preços mais acessíveis para a população no final da década de 80. De acordo com Marchi (2004), foram a crise do mercado ocorrida na década de 80, a estabilização da economia e o crescimento industrial da década seguinte os fatores que permitiram com que a indústria fonográfica utilizasse a tecnologia digital em suas gravações, o que culminou na comercialização do CD. Também, o autor afirma que o grande consumo que tomou conta dos pais a partir da valorização do Real possibilitou a aquisição por parte dos consumidores dos aparelhos de reprodução digital em um tempo relativamente curto. Isso fez então com que as grandes gravadoras cessassem 'a produção de outras mídias que não a digital (...) para atender o mercado fonográfico brasileiro' ” (DARBILLY, 2007).

Em seu trabalho, Darbilly (2007)<sup>1</sup> entrevista diversos agentes de certa relevância no campo fonográfico brasileiro, como representantes de grandes gravadoras no Brasil, donos de estúdios independentes e advogados na área de direitos autorais. Para alguns dos entrevistados, o advento do CD representa uma das mais importantes mudanças na história da indústria fonográfica (deve-se levar em conta que as entrevistas foram expostas na sua tese em 2007). No discurso deles, é predominante a noção de que a indústria estava lucrando

---

<sup>1</sup>O mercado fonográfico no Brasil: alterações nas relações de poder a partir do desenvolvimento tecnológico e da pirataria virtual, 2007, DARBILLY.

como nunca, esse entusiasmo acerca do crescimento econômico, denota o pensamento da indústria fonográfica, onde vendas em volumes exorbitantes representam o sucesso. Em uma das entrevistas, um representante da Indie Records faz uma interessante observação sobre a chegada do CD, e como teve grande impacto nas vendas da indústria, justamente por estar preparada. Desde sua origem, a indústria fonográfica trabalhou no aprimoramento de seus meios de produção, divulgação e distribuição, isso somado a existência de gravadoras em grande parte dos países do mundo, resultou em um mercado preparado para consumo massivo da nova mídia.

As décadas de 1980 e 1990 podem ter sido as melhores para se vender música, mas ainda não foram "perfeitas". Por um lado, a intervenção digital na música contribuiu para o barateamento dos equipamentos para produção fonográfica, permitindo a entrada de novos agentes no campo fonográfico:

Percebe-se, portanto, que o advento da mídia digital foi um fator de grande importância na história da indústria fonográfica, não apenas no que tange à redução do tamanho e custo dos equipamentos de produção e gravação de músicas, mas especialmente porque possibilitou a entrada de artistas e pequenos produtores que até então não detinham os recursos necessários para competir com as *majors*. Em outras palavras, a redução de tais custos possibilitou que novos agentes tivessem acesso a alguns dos recursos de poder, sobretudo o capital tecnológico, necessários para que eles pudessem competir de alguma forma no campo, ainda que o volume de recursos obtidos por parte desses agentes fosse bem menor do que aqueles em posse das *majors* (DARBILLY, 2007).

Mas por outro lado, Vicente (*apud* DARBILLY, 2007) mostra uma crise sofrida pela indústria fonográfica brasileira nos anos de 1990, principalmente em relação à artistas que não despertavam interesse das grandes gravadoras, com o exemplo de músicas da MPB e do *rock* nacional sendo deixadas de lado devido a "vendagem significativa de discos" dos gêneros do sertanejo e da música romântica.

### **3.3 A internet reconfigurando a indústria fonográfica**

Na década de 1990, principalmente nos últimos anos, a intensidade da mediação tecnológica no cotidiano aumenta, afetando não somente a indústria fonográfica, mas a sociedade como um todo. O acesso à tecnologia digital vai se tornando normalizado para uma parcela cada vez maior da população, sendo a difusão de computadores pessoais o fator que mais contribuiu para esse cenário. Com o computador se inserindo no ambiente doméstico, indivíduos passaram a explorar as mais diversas oportunidades que essa ferramenta trouxe, e a mediação tecnológica digitalizada vai ganhando influência nos mais diversos campos, não somente o fonográfico. De acordo com Iazetta:

"Talvez o mais importante resida justamente no caráter genérico do computador, cuja tecnologia, embora sujeita a limites e idiossincrasias como outra qualquer, não se destina a uma finalidade específica, mas a ser programada para executar diferentes tarefas, constituindo-se numa espécie de ferramenta para criar outras ferramentas, estas sim, de caráter mais específico" (IAZETTA, 2009).

Nesse momento, o mundo viu uma grande quantidade de novos agentes no mundo da música, que surgem pela difusão da tecnologia digital. Esses agentes não eram especializados, diferente dos que anteriormente dominavam quase todas as atividades de produção musical. Devido à complexidade da criação musical, que necessita (ou pelo menos necessitava) de amplo conhecimento e técnica para ser realizada, é normal que indivíduos especializados fossem responsáveis pela criação e difusão das obras. Porém, a utilização do computador permitiu que pessoas explorassem novas maneiras de fazer música, além de disponibilizar uma rede de troca de informação em escala global:

"A propagação de *samplers*, gravadores digitais e programas de computador especializados na manipulação e processamento de sons, aliada à grande exposição à informação musical propiciada pelas redes de comunicação digital, faz com que o indivíduo possa gradualmente voltar a interagir com a cadeia de produção da música" (IAZETTA, 2009).

As redes de comunicação digital que Iazetta se refere, existem por meio da Internet, que dos anos de 1990 em diante se estabeleceu como um sistema global de redes de computador interconectadas. A Internet estendeu o leque de oportunidades dos usuários de computador, que agora poderiam trocar informações e produções em uma nova espécie de distribuição, que era feita a custos inexpressivos se comparados aos tradicionais como o das rádios e gravadoras (IAZETTA, 2009).

Esse cenário em que tecnologias digitais cada vez mais se tornavam parte do cotidiano, gerou condições propícias para que um novo formato de áudio se estabelecesse como o padrão na escuta musical, o MP3. A tecnologia conhecida como MP3, comprime o áudio, assim, eliminando certos elementos da gravação que são mais difíceis de serem percebidos na escuta. Isso faz com que as produções ocupem menos espaço em dispositivos de armazenamento, de certa forma, ampliando a capacidade de músicas que os mesmos podem suportar (IAZETTA, 2009).

A ironia da aceitação do MP3 como formato de áudio padrão no campo fonográfico, está justamente na perda de "particularidades" da gravação. Desde a chegada do fonógrafo, a indústria buscou constantemente uma "fidelidade sonora" em suas gravações, o conceito de qualidade das fonografias sempre foi atrelado a idéia de reproduzir sons que estejam o mais próximo possível dos originais, e baseando-se nisso a indústria se desenvolveu para atingir o ápice da fidelidade sonora, numa crença de que é isto que os ouvintes e até profissionais da

música sempre estiveram procurando. Mas esse pensamento acabou se tornando equivocado, pelo menos em parte, devido a crescente escolha do público pelo formato MP3.

Segundo Iazetta (2009), dois elementos justificam essa opção, que são acessibilidade e portabilidade. O que ocorre entre os consumidores é uma certa renúncia da qualidade sonora para contrapor "as limitações de transferência de dados na Internet ou de armazenamento em memórias digitais"<sup>2</sup>. A música foi se tornando cada vez mais presente no cotidiano das pessoas, e é nesse final da década de 1990 que passa a ser "consumida" como nunca, as pessoas escutam nos rádios dos carros, nos seus alto falantes domésticos e também em leitores de MP3 nesses últimos anos do século. Essa escuta permeia pelas mais variadas atividades, como exercícios físicos, passeios em grupo e caminhadas pela rua. A vantagem que os dispositivos de reprodução de áudio em MP3 tem para os consumidores, se dá no aumento de poder de escolha nas músicas que escutam, já que além de terem capacidade para armazenar mais músicas, também dão ao usuário completo controle das músicas que quer tocar, diferente do walkman que era restrito a um CD, ou a rádio que é restrita à programação da mesma.

Segundo Santini e Lima (*apud* DARBILLY, 2007), o Winamp foi o primeiro programa a facilitar o acesso e execução de arquivos MP3 aos usuários, isto em 1997. Mas a criação do Napster, em 1999, foi o que de fato expandiu as possibilidades do MP3 permitindo que se firmasse como o formato de áudio mais usado pelas massas. O Napster, é um programa de compartilhamento de arquivos que utiliza um sistema P2P (*peer-to-peer*), isto é, um software em que permite a transferência e o *download* de um computador para o outro. Mesmo que os usuários estejam separados por milhares de quilômetros, utilizando a Internet e um programa como o Napster, eles podem compartilhar arquivos como vídeos, livros e o foco da questão aqui, músicas em formato MP3. Outros programas semelhantes ao Napster passaram a ser desenvolvidos, e o sistema P2P revolucionou a distribuição musical mundial, que anteriormente era dominada por grandes gravadoras. O surgimento de softwares deste tipo no último ano do milênio, é responsável por traçar o caminho que a indústria fonográfica terá que seguir no início do século XXI, marcado por uma crise jamais vista, e perguntas sem resposta.

---

<sup>2</sup> IAZETTA, FERNANDO. Música e Mediação Tecnológica, 2009.

## 4. A Nova era digital do século XXI

### 4.1 A indústria fonográfica em 'crise'

Na década de 1990, a tecnologia digital foi se tornando cada vez mais influente nos costumes da humanidade como um todo. Quando falamos de música, esta 'era digital' apresentou novas formas de se produzir, escutar e compartilhar as obras, o que acabou sendo extremamente impactante para a indústria fonográfica nos anos 2000. A pirataria (principalmente a virtual) foi apontada como o principal causador da crise que a indústria estava passando, e assim, é instaurada uma verdadeira guerra contra o *download* ilegal de músicas por parte dos agentes mais influentes do campo fonográfico, como as *majors* e músicos renomados.

Segundo Santini e Lima (2005), os usuários do Napster e de outros *softwares* com o mesmo propósito tinham uma facilidade enorme de obter as músicas que queriam, uma pessoa gravava as músicas de um CD no seu computador em formato MP3 e disponibilizava para outros milhares de usuários que faziam o *download* gratuitamente. Além disso, como esses programas utilizam sistemas P2P, ou seja, redes descentralizadas, não existe nenhuma empresa, ou usuário em específico no controle das redes, basta que um internauta instalasse um desses programas em seu computador e seu "micro será considerado um dos "hosts" ("anfitriões") dessa rede, e seu dono poderá compartilhar com os outros membros qualquer arquivo gravado no seu disco rígido" (SANTINI E LIMA, 2005). Assim, essas redes descentralizadas não possuem nenhuma hierarquia, o que dificulta que restrições judiciais sejam impostas para os milhões de usuários desses *softwares*.

Com a praticidade de baixar músicas ilegalmente e as dificuldades de se impor barreiras judiciais aos *downloads*, os *softwares* de compartilhamento de arquivos viraram "febre" entre os internautas, desestabilizando a indústria fonográfica, que poucos anos antes esteve em sua "era de ouro". O modelo de venda de CDs e DVDs que nos anos de 1990 enriqueceu as grandes gravadoras em escalas gigantescas se tornou obsoleto, devido a troca do consumo material pelo consumo virtual (DARBILLY, 2007).

A resposta da indústria foi lenta, estudiosos e especialistas no ramo da música buscaram alternativas para se combater a pirataria, uma delas foi o *download* legal de músicas. Leyshon (2009), faz uma comparação entre os downloads legítimos e ilegítimos, em um exemplo, o autor menciona a empresa Apple (que não foi a única), que conseguiu com sucesso criar uma plataforma de downloads oficiais em 2005. Estas plataformas regulares

estavam de acordo com as leis dos direitos autorais, conseguindo um número relevante de usuários, compras e downloads. O sucesso se deu junto ao fato de que os Ipods, aparelhos da própria Apple, tinham um bom suporte para MP3 que é o formato mais usado para se ouvir música até hoje. Mas por outro lado, esses números que as plataformas oficiais apresentavam, se tornaram menos expressivos quando colocados ao lado dos números de downloads ilegítimos. O uso de programas *peer-to-peer* (P2P) de downloads foi muito aderido, em 2006 por exemplo, o Kazaa, um dos softwares P2P mais bem sucedidos já havia sido baixado mais de 239 milhões de vezes, tendo uma base de aproximadamente 140 milhões de usuários, e com a média de mais de 4 milhões de usuários online simultaneamente.

O caso da pirataria virtual no Brasil não foi irrelevante, pelo contrário, em 2006, a ABPD (Associação Brasileira dos Produtores de Disco) processou 20 usuários que disponibilizavam músicas ilegalmente na Internet, e para justificar a ação, mostrou dados que comprovavam a grandeza deste mercado no país. Somente em 2005 foram baixados 1,1 bilhão de arquivos de maneira ilegal. Mesmo dois anos antes, em 2003, o Brasil já enfrentava essa situação, segundo a ABPD (*apud* DARBILLY, 2007), 52% do que foi vendido neste ano correspondia à pirataria, que chegou a movimentar US\$ 137 milhões de dólares.

Segundo Araújo (*apud* DARBILLY, 2007), as afirmações por parte de dirigentes de grandes gravadoras de que a venda de música digital poderia salvar a indústria fonográfica, estava perto de se tornar realidade, e se olharmos para os dias atuais, vemos que essas afirmações estavam corretas. A Internet havia se tornado um campo de disputa, a indústria estava concorrendo com a pirataria, e a pirataria estava ganhando. Há relativamente poucos anos, grandes gravadoras dominavam o mercado, mesmo que agentes independentes estivessem se inserindo no mercado, eles não tinham recursos e condições de competir com empresas multinacionais. Mas a pirataria virtual, um inimigo abstrato representado por milhões de usuários, foi capaz de afetar essa hegemonia, mesmo que não fosse um poder centralizado, como o característico de grandes gravadoras.

Numa trajetória parecida com a da Apple, Darbilly (2007), fala do exemplo da Universal, que programava disponibilizar vendas por meio de *downloads* em plataformas oficiais como o IMusica e a Megastore UOL. Outras gravadoras também seguiram esse modelo de venda online, tanto as *majors*, quanto as independentes, e nesse momento a “indústria do disco no país enfrenta o desafio de se reinventar” (GANEM *apud* DARBILLY, 2007).

Esse cenário contribuiu para que aflorasse um debate a respeito das melhores maneiras de se disponibilizar obras musicais. Com uma crise nas políticas de direitos autorais, vemos

movimentos que defendem o livre acesso à cultura e flexibilização de direitos autorais, como o *Creative Commons*. No Brasil o *Creative Commons* teve um destaque acima do esperado, devido à aproximação de seus ideais, com o Ministério da Cultura sob gestão de Gil. Darbilly(2007), relata como Lemos, presidente do movimento no Brasil em 2006 definiu o *Creative Commons*:

"(...) um projeto global presente em mais de 40 países, que cria um novo modelo de gestão dos direitos autorais (...) Ele permite que autores e criadores de conteúdo, como músicos, cineastas, escritores, fotógrafos, blogueiros, jornalistas e outros, possam permitir alguns usos dos seus trabalhos por parte da sociedade. Assim, se eu sou um criador intelectual, e desejo que a minha obra seja livremente circulada pela Internet, posso optar por licenciar o meu trabalho escolhendo alguma das licenças do *Creative Commons*. Com isso, qualquer pessoa, em qualquer país, vai saber claramente que possui o direito de utilizar a obra, de acordo com a licença escolhida" (LEMOS *apud* DARBILLY, 2007).

Darbilly (2007), cita Lemos novamente para explicar um fator importante para o surgimento do movimento:

"O movimento *Creative Commons* surgiu como consequência das recentes mudanças ocorridas na regulamentação do direito autoral que romperam o equilíbrio que perdurou durante todo o século XX entre os direitos autorais e os interesses por parte da sociedade" (DARBILLY, 2007).

O *Creative Commons*, assim como a ofensiva das grandes gravadoras na Internet, são exemplos da indecisão dos agentes do campo fonográfico quanto ao melhor caminho a ser escolhido. A crise no modelo da indústria, que não acompanhou as inovações trazidas pela tecnologia digital, fez com que fosse necessário buscar alternativas, e por isso o debate é tão polêmico, para alguns era 'maluquice' uma renúncia dos direitos autorais, enquanto para outros seria justamente a solução. O futuro da indústria fonográfica torna-se indefinido, e incertezas permeiam as discussões que buscavam uma solução para a crise.

## **4.2 Produção musical independente e tecnologia digital**

A força que músicos e gravadoras independentes ganharam no campo fonográfico pelo final da década de 1990, se deu principalmente pelas possibilidades que a tecnologia trouxe ao fazer musical:

"Ao final dos anos de 1990, outra transformação tecnológica vai operar mudanças no modo de se fazer música: as ferramentas de composição, performance e escuta, além de habitarem o mesmo espaço tecnológico dos ambientes digitais, adquirem a característica de portabilidade. Essa palavra mágica significa que todo o poder tecnológico concentrado no estúdio e todo alcance possibilitado pelas redes digitais de comunicação podem ser transportados para qualquer lugar, e usados a qualquer momento, graças ao surgimento de computadores que podem ser facilmente transportados" (IAZETTA,2009).

O *laptop* é o exemplo mais claro dessa portabilidade no período, um computador que pode ser levado de maneira relativamente fácil, e permitiu-se fazer música em qualquer espaço, mesmo longe do estúdio, o resultado disso foi que "Em pouco tempo, uma verdadeira legião de músicos passou a explorar o novo instrumento" (IAZETTA, 2009). Tanto no mundo, quanto no Brasil, nos anos 2000 vemos artistas e gravadoras independentes que tiveram sucesso na indústria, justamente por suas estratégias envolverem a mediação de tecnologias digitais. É interessante que o trabalho do produtor musical e do artista se aproximam nesse momento, se torna mais comum músicos desempenharem as duas, ou mais funções, consequência de um maior acesso à tecnologia e informação (tutoriais de edição de som).

Leyshon (2009), ao enumerar as formas em que se manifestou a iminente crise do setor de estúdios de gravação do meio da década de 1990 em diante, conta como o espaço do estúdio passou a ser desvalorizado, sendo a tecnologia digital crucial para esse cenário. De acordo com o autor, uma dessas formas foi a nova geração de softwares, geralmente conhecida como DAW (Digital Audio Workshop) que substituíram os grandes consoles de gravação da Neve e SSL que ainda predominavam no mercado até o momento. Os DAW, são sistemas de gravação digital baseados em software que podem funcionar como um dos consoles de gravação da Neve e da SSL, além de desempenhar outras funções na mixagem, mas a grande vantagem é que não são físicos, ou seja, um *laptop* que pode ser carregado na mochila, ao ter instalado o *Pro Tools* (um exemplo desses softwares), basicamente é uma mesa de som portátil, talvez até mais potente, devido ao caráter genérico do computador, que permite funções "extras", como *plugins* de edições de som. Assim como a padronização dos consoles de gravação da Neve e da SSL reduziu a demanda para o espaço e tempo nos estúdios, a padronização dos DAWs e outros softwares, reduziu o custo de equipamentos com qualidade de entrada no mercado, o que aprimorou a qualidade e capacidade de gravações caseiras:

"Isso encorajou muitos artistas a fazer uma quantidade considerável de trabalho de preparação pré-estúdio, o que sinaliza uma maior fragmentação do projeto de trabalho incorporando o espaço do lar, ou pelo menos do *home studio* (Goodwin, 2006). Neste aspecto, o *software* e o código fizeram possível um regime de maior distribuição de criatividade musical, o que representa uma democratização da tecnologia" (LEYSHON, 2009).

O que vemos nesse momento, é um volume cada vez maior de agentes independentes entrando no mercado fonográfico, produtores, artistas e gravadoras ganharam uma gama de oportunidades, e a concorrência no campo ficou maior e menos centralizada. O computador,

além de ser uma ferramenta de criação digital, também permite a comunicação em escala global velozmente, através da Internet, isso dá aos artistas uma capacidade de "auto-suficiência", uma música pode sair do seu quarto para o mundo inteiro. A crise que decorreu na indústria fonográfica também contribuiu para a criação de gravadoras independentes, no Brasil, a Trama e a Biscoito Fino são exemplos disso, sendo que a maioria destes novos selos foi aberto por pessoas que atuavam na área da música de alguma maneira, enquanto a maior parte das grandes gravadoras são "altamente profissionalizadas e cujos principais executivos provém de áreas distintas, como a de marketing" (DARBILLY, 2007).

Vladi (2011), conta história da Arctic Monkeys, uma banda de rock britânico, que construiu sua carreira neste novo modelo:

"Em 2003, a banda de *indie rock* britânica Arctic Monkeys fez os seus primeiros concertos e gravou os seus primeiros CDs *demos*. Comunidades de fãs colocaram suas músicas na web e criaram um perfil da banda no MySpace. As canções do grupo ficam conhecidas e o Arctic Monkeys torna-se o primeiro fenômeno musical da internet. A banda se afirma neste novo contexto cultural cuja tendência é a interferência direta dos fãs e dos artistas na distribuição e circulação da música e na possibilidade de popularidade que a internet oferece a partir do compartilhamento de arquivos em MP3. A Arctic é o primeiro bem-sucedido exemplo deste novo modelo e deste tipo de consumo cultural e se tornou símbolo desta engrenagem dentro da indústria da música" (VLADI, 2011).

No Brasil, temos o exemplo do gênero musical do tecnobrega, que também utilizou das novas tecnologias digitais para se estabelecer no mercado musical, porém, de maneira completamente diferente da Arctic Monkeys. "O tecnobrega nasceu da fusão da música eletrônica com o brega tradicional" (LEMOS; CASTRO, 2009), originado no estado do Pará, se espalhou por todo o Brasil, principalmente nos anos 2000, e inovou no seu estilo de produção e distribuição musical, num modelo de negócios abertos:

"De forma resumida e simplificada, pode-se dizer que negócios abertos são aqueles que envolvem criação e disseminação de obras artísticas e intelectuais em regimes flexíveis ou livres de gestão de direitos autorais. Nesses regimes, a propriedade intelectual não é um fator relevante para sustentabilidade da obra. No open business a geração de receita independe dos direitos autorais" (LEMOS; CASTRO, 2009).

Os agentes que atuam no mercado tecnobrega são complexos, e comumente são multifuncionais, podendo se enquadrar em mais de uma função dentro da rede mercadológica. Também fogem do padrão da indústria fonográfica até então, principalmente pela inusitada idéia de usarem a pirataria ao seu favor, num modelo de produção e distribuição de obras musicais que "renuncia" os direitos autorais. De acordo com Lemos e Castro (2009), os atores do tecnobrega são: os DJs, os artistas, os reprodutores não autorizados, os vendedores de rua, os festeiros, as aparelhagens, os estúdios, as casas de festa e balneários e por fim, os programas de rádio e TV.

Os DJs podem ser tanto de estúdios, quanto de aparelhagens, o DJ de estúdio é responsável pela produção da música, juntamente ao artista, enquanto o DJ das aparelhagens é quem irá reproduzir essas as faixas nas ruas e casas de show. As aparelhagens são empresas familiares, que detém os equipamentos necessários para animar as festas no Pará (incluindo as do tecnobrega), no geral dispo de cabines de controle, enormes torres de som, telões, iluminação, com o DJ e funcionários sendo responsáveis pelo gerenciamento, os festeiros, que são os maiores detentores de capital no circuito tecnobrega, são os responsáveis por esses eventos, sendo esses agentes que contratam as aparelhagens. Os ouvintes do tecnobrega tem uma admiração "ritualística" pelas aparelhagens, um verdadeiro culto à tecnologia, onde todo o espetáculo visual e auditivo é mediado pelos equipamentos mais avançados, assim, as aparelhagens tem de ser renovadas constantemente para não se tornarem obsoletas em relação à concorrência. Enquanto as aparelhagens fazem a divulgação nos eventos, os CDs e DVDs são vendidos por "pirateiros", isto com o incentivo da maioria dos artistas e DJs, que após produzirem suas faixas nos estúdios, geralmente caseiros, entregam as obras para reprodutores não autorizados, que farão a distribuição para os vendedores de rua, na maioria dos casos. É um mercado em que as formas de distribuição e divulgação são diversificadas:

"O mercado do tecnobrega é caracterizado por várias formas de circulação dos bens materiais e simbólicos. Artistas fazem, nos estúdios, músicas e vinhetas que tocam nas aparelhagens. Estas músicas fazem sucesso e eles são chamados para shows. O público pede que elas sejam tocadas nas rádios e os artistas saem do circuito de Belém para o interior do estado. As aparelhagens fazem sucesso e suas coletâneas vão para o mercado informal de distribuição, atraindo mais público para os seus shows. Os artistas deixam suas músicas nas mãos dos DJs de estúdios. Estes fazem coletâneas e vendem para os reprodutores não autorizados. Essas coletâneas fazem sucesso e atraem a atenção das aparelhagens, que tocam as músicas em suas festas e tornam os artistas mais conhecidos. Eles são chamados para shows e assim por diante" (LEMOS; CASTRO, 2009).

Já as rádios, desempenham um papel importante para a divulgação das músicas do tecnobrega, porém são secundárias. As aparelhagens são as principais formas de divulgar os artistas, grandes e apelativas atraem o público nas festas renomadas, que se apaixonam pelas faixas, e acabam por obrigar as rádios a tocarem as músicas, pressionando-as. Nos centros urbanos, não são as rádios que detém o maior poder influente na divulgação do tecnobrega, as aparelhagens que mais geram "ibope" para os artistas e os garantem contratos para shows. Mas no interior a rádio que permite a chegada dessas novidades para o público, então para os artistas chegarem ao interior com força, as rádios são a principal ferramenta (LEMOS; CASTRO, 2009).

A tecnologia foi essencial para a ascensão do tecnobrega, as músicas em si, já tinham em suas batidas, inúmeros elementos das músicas eletrônicas, o que fez com que o estilo tivesse um apelo maior ainda, alcançando também os ouvintes do gênero eletrônico. Mas a acessibilidade a equipamentos de estúdio e a integração dos artistas ao computador, possibilitou a independência dos mesmos sobre grandes gravadoras e ao mercado tradicional cultural.

### **4.3 As redes sociais**

As redes sociais desempenham uma função importantíssima na divulgação e publicidade de um artista nos dias de hoje, a Arctic Monkeys é um exemplo disso, quando com a ajuda dos fãs, teve na rede social MySpace uma excelente maneira de divulgar seu trabalho globalmente, e o mais importante, a custos baixíssimos, próximos de zero. As redes sociais costumam ter uma mecânica de seguidores, os usuários seguem pessoas ou páginas para ver seu conteúdo, e vice-versa, as páginas e pessoas dispõem seus conteúdos para seus seguidores, isso permite um efeito dominó no marketing, que pode alcançar diversos lugares no mundo.

Vemos o fenômeno da inclusão digital impactar diretamente nas redes sociais, cada vez mais usuários estão conectados e passando mais tempo nelas, produzindo e consumindo conteúdo nesta relação de troca. O YouTube, que é uma plataforma de compartilhamento de vídeos, e também uma das mais famosas redes sociais no mundo, em 2017 tinha cerca de 1,5 bilhão de pessoas logadas que acessavam o site todo mês, sendo que entre 2015 e 2017, a plataforma teve um crescimento ao ganhar 35 milhões novos usuários, "Esse movimento foi acompanhado pelo crescimento da penetração de internet, mobile e conexão 4G" (COMSCORE, MULTIPLATAFORM *apud* Think with Google, 2017). No Brasil, o YouTube é um sucesso, em 2017 cerca de 98 milhões de pessoas estavam conectadas só no país, sendo que além dos números, estes usuários são bastante presentes na plataforma, sendo o "segundo maior mercado mundial na plataforma em horas de vídeo assistidas" (Think with Google, 2017).

Além do Youtube, outras redes sociais como o Facebook e o Instagram tiveram um crescimento explosivo na quantidade de usuários. Na atualidade cada vez mais pessoas estão na Internet, e mesmo sendo o Brasil um país de alta desigualdade social, ainda apresenta números expressivos de indivíduos conectados. Isto afetou as formas de se gerenciar

carreiras musicais, Tanto músicos famosos, quanto aspirantes ao sucesso, costumam ter perfis nessas redes sociais, onde podem se comunicar com seu público a qualquer momento. Além disso, as redes sociais oferecem políticas de monetização, que dão retorno aos geradores de conteúdo dependendo da relevância e do tipo de público que buscam alcançar (SCUDELLER, 2018).

Isto não significa que qualquer músico terá instantaneamente milhões de seguidores em suas páginas nas redes sociais, mas agora tem acesso a ferramentas que os permitem fazer sua própria divulgação, sem intermediários, e sem necessidade de alto investimento de grandes gravadoras. As redes sociais se tornaram tão importantes para a comunicação com as massas, que até grandes empresas, órgãos governamentais e pessoas famosas costumam ter perfis nelas. As redes são elementos importantes para diversos tipos de profissionais, e a indústria fonográfica é altamente influente e influenciada por elas.

## **4.4 Serviços de streaming**

Os serviços de streaming se tornaram muito populares na última década, a Netflix (vídeo) e o Spotify (música) por exemplo, são altamente conhecidos e usados hoje em dia. Além deles, diversos outros buscam espaço nesse novo mercado digital que tem sido vantajoso para muitos no aspecto lucrativo. Francisco e Valente (2016), definem o streaming da seguinte forma:

"O streaming é uma tecnologia que consiste na distribuição online de dados, por meio de pacotes. Nesse caso, não há armazenamento de conteúdo por parte do destinatário dos dados, ou seja, este é reproduzido na medida em que o usuário o recebe. A transmissão proporcionada por essa tecnologia é análoga ao broadcasting analógico, com recepção simultânea e instantânea (STOCKMENT: 2009, p. 2129). Comumente, a transmissão de sons e imagens na Internet, por meio do streaming, é conhecida também como webcasting. Os downloads de música, por sua vez, implicam o armazenamento do conteúdo. Grosso modo, ao pagar para ter acesso ao streaming, o usuário está pagando por um serviço, enquanto o pagamento para realizar um download e obter um arquivo pode ser compreendido como uma aquisição de produto".

O streaming acabou se tornando uma saída para a recuperação da indústria fonográfica diante da crise causada pela pirataria na virada do século XXI, mas também se tornou uma potente ferramenta para artistas e produtores independentes. Segundo Vicente, De Marchi e Kischinhevsky (2018), o ano de 2015 foi "um marco na reconfiguração dos mercados de mídia sonora em nível global". No Brasil, 51% dos consumidores passaram a escutar suas músicas acessando os serviços de streaming, sendo a primeira vez em que esse modo de

consumo se tornou predominante no mercado. Esta maioria foi composta por 35% de usuários que utilizavam serviços gratuitos e 16% que eram assinantes.

Ainda de acordo com Vicente, De Marchi e Kischinhevsky (2018), a cultura da portabilidade, que passou pelos walkmans, laptops e leitores MP3, nesta década de 2010 está transitando para uma cultura do acesso, que é baseada nos dispositivos móveis, no 4G e no *bluetooth*. O streaming casou perfeitamente com esse cenário, permitindo a seus usuários acessarem suas músicas em qualquer lugar, assumindo um papel central na indústria midiática, "A relevância dos serviços de streaming é tamanha que 16 países passaram, entre meados de 2014 e os primeiros meses de 2015, a considerar seus números de acesso para contabilizar o desempenho de artistas e formular paradas de sucesso" (VICENTE; DE MARCHI; KISCHINHEVSKY, 2018).

Também foi em 2015 que, pela primeira vez desde 1999, a indústria fonográfica teve crescimento em suas receitas totais, tendo um faturamento de US\$ 14,3 bilhões em 2014 e US\$ 14,8 bilhões em 2015. Isso significa que somente após 16 anos, o setor viu reverter-se, mesmo que de forma pouco intensa, o dano causado pela crise que se iniciou com a chegada de softwares P2P, como o Napster. Os serviços de streaming são a principal razão para esta mudança, por representarem a forma predominante de se escutar música legalmente nesta década, que apresenta um crescimento impressionante:

"O Global Music Report, que em 2016 substituiu o Digital Music Report, mostrou que a tendência de crescimento do segmento de streaming se manteve sólida (IFPI, 2017). As receitas com vendas digitais subiram 17,7%, impulsionadas pela expansão de 60,4% no faturamento dos serviços de streaming. Com isso, as vendas digitais passaram a responder por metade das receitas da indústria da música, que cresceram 5,9% em 2016, apesar da queda de 7,6% nas vendas de formatos físicos e de 20,5% nos downloads pagos. A marca de 100 milhões de assinantes de serviços de streaming em todo o mundo foi superada pela primeira vez, mais que dobrando a população de 41 milhões de ouvintes por assinatura registrada no Digital Music Report em 2014. O total de contas pagas no fim de 2016 chegava a 97 milhões, mas, com o crescimento de planos família, o universo de usuários já superava 112 milhões, respondendo por mais da metade do total de usuários de serviços de streaming, estimado em 212 milhões" (VICENTE; DE MARCHI; KISCHINHEVSKY, 2018).

É interessante notar, que junto com a ascensão de serviços de streaming, as *majors* se depararam com uma nova concorrência "trazida por conglomerados sem histórico prévio no setor de mídia mas com faturamento muito superior, proporcionado por sites de redes sociais, serviços on-line gratuitos, plataformas de comércio eletrônico, consoles de games etc" (VICENTE; DE MARCHI; KISCHINHEVSKY, 2018). Ao criarem suas próprias plataformas, esses conglomerados entram no mercado com vantagens sobre serviços independentes, devido ao seu alto poder de investimento em publicidade além de estarem

"amparados por plataformas de vendas on-line e dispositivos bem-sucedidos em termos globais" (VICENTE; DE MARCHI; KISCHINHEVISKY, 2018), um exemplo deles é a Google Inc., que criou a plataforma Google Play. Mesmo assim, serviços independentes como o Spotify e o Deezer não deixam de estar presentes no mercado, e serem uma concorrência forte. Mesmo que afetada pela entrada de novos atores, o Spotify divulgou no seu relatório do terceiro trimestre de 2020, o Q3, que o número de usuários ativos mensalmente foi de 320 milhões, mais que o dobro do que tinha 3 anos antes, contando adicionalmente com 144 milhões de assinantes (Spotify Technology, 2020).

Os serviços de streaming apesar de seu firmamento como um padrão de escuta e distribuição musical (além dos serviços de streaming em vídeo), não deixaram de receber críticas. Uma das mais recorrentes discussões sobre as plataformas de streaming, é acerca da desigualdade de exposição e monetização entre os artistas, isso porque músicos de gravadoras independentes não tem a mesma facilidade em alcançar o público como artistas contratados por grandes gravadoras. Além disso, diversas questões são levantadas sobre a justiça na monetização de artistas independentes e de menos reconhecimento. Para alguns, o sistema de pagamento dos direitos autorais das plataformas de streaming deixa esses artistas prejudicados em relação aos músicos de grandes gravadoras:

"Lohan Presencer (2015), CEO de uma das principais gravadoras independentes de música eletrônica, a MinistryofSound, escreveu um artigo acusando o modelo de negócio das plataformas digitais de privilegiar as grandes gravadoras. De acordo com o executivo, em um modelo de negócio cujo pagamento de royalties pelo acesso aos fonogramas se dá em frações mínimas (menos de um centavo de dólar por acesso), os artistas com maior projeção saem ganhando, e as perdas para o setor independente no médio prazo são insuportáveis" (VICENTE; DE MARCHI; KISCHINHEVISKY, 2018).

Outra crítica feita aos serviços de streaming, tanto de música, quanto de vídeo, é sobre a falta de preocupação com um modelo sustentável ao meio ambiente. A BBC publicou em 2019, uma matéria sobre como o streaming de música pode ser prejudicial ao meio ambiente. Apesar da música armazenada digitalmente ter o potencial de ser menos poluente que música armazenada fisicamente, a questão levantada é sobre o consumo de energia. Como dito antes, agora é normal o acesso a tecnologia ao invés de sua propriedade, então temos milhões de usuários consumindo energia toda vez que vão ouvir uma faixa, e ao invés de fazer o download, ou comprar uma cópia física, e assim e ter a aquisição do produto (mesmo que as plataformas de streaming geralmente dêem essa opção), eles ouvem a mesma faixa várias vezes nesse modelo de gasto de dados, o que acaba por superar o potencial poluente de uma cópia física por exemplo, devido a um consumo "exagerado" de energia.

## 5. Considerações finais

Analisando a história da indústria fonográfica, tomando como ponto de partida a invenção do fonógrafo, vemos que as *majors* sempre dominaram o mercado, porém a amplitude desse domínio sofreu variações ao longo do tempo.. No começo do século XX, quando a ideia de músicas gravadas ainda consistia na tentativa de conquistar o consumidor, eram necessários investimentos altíssimos para fazer a distribuição em massa das músicas, que começou principalmente com a chegada dos discos de 78rpm. Além disso, devido as imperfeições na captação e reprodução dos aparelhos da época, a indústria fonográfica tinha como objetivo atingir o "pico" da fidelidade sonora. O elevado custo dessa meta era acessível apenas as grandes gravadoras, com seus grande estúdios que competiam entre si sobre qual delas detinha as tecnologias mais avançadas.

Eventos como o fim da Segunda Guerra Mundial, o crescimento da pirataria, normalização das redes sociais no cotidiano, dentre outros acontecimentos, foram lentamente dando mais oportunidades para músicos e produtores independentes progredirem em suas carreiras, sem o auxílio das *majors*. Equipamentos de gravação que vão ficando mais potentes e mais baratos, formas de divulgação inovadoras e globais com a Internet, novas formas de encarar a música como um todo no cotidiano, são exemplos de uma democratização da tecnologia, que equilibrou o campo fonográfico até certo nível.

A pirataria que causou a maior crise já vista na indústria, foi indiretamente responsável pela busca de novos modelos para o mercado, Viu-se o *streaming* e as redes sociais contribuírem extremamente para o retorno à uma escuta musical oficial, sem *downloads* ilegais. Mas é curioso perceber como certos músicos e gêneros conseguiram sucesso mesmo nesse cenário de crise, como visto no Tecnobrega e no exemplo da banda Arctic Monkeys. Também é comum que músicos e produtores façam *downloads* ilegais de *softwares* e *plugins* de edição de som, conseguindo acesso a tecnologias de estúdio por preços muito menores. Não está sendo levada em conta a ética por trás disso, mas sim os fatos, indivíduos podem montar seus *home studios* e adquirir programas de computador (que já se tornaram uma das principais ferramentas do estúdio) com muito menos investimentos à partir desse momento, mesmo que faça isso de forma ilegal, o ato de infringir a lei virtualmente parece ser mais normalizado, devido a essência do ato, apenas apertar um botão não parece ser nada hediondo a princípio.

O histórico do desenvolvimento da indústria fonográfica mostrou que as redes sociais e os serviços de *streaming* não foram benéficos somente aos independentes, as *majors*

encontraram um modelo que utiliza dessas tecnologias digitais e se provou eficiente para "virar o jogo" após sua maior crise. Ou seja, o cenário atual ao mesmo tempo em que proporciona novas oportunidades para agentes independentes, faz o mesmo para as *majors*, saindo de um modelo caótico como o da primeira década dos anos 2000, para um mais equilibrado. A pirataria ainda é um assunto a ser discutido e pensado, mas a indústria fonográfica que em algum momento não dispunha de alternativas para lidar com o problema, foi progressivamente se adaptando a novas possibilidades para viabilizar a distribuição de música digital legalmente e de modo lucrativa. Porém, a competição não está restrita somente a *majors* e *indies*, os conglomerados sem histórico prévio no setor, como a Google Inc., que possuem alto poder de investimento, viram nesse mercado uma oportunidade de aumentarem seus lucros e a indústria fonográfica talvez esteja mais competitiva do que nunca.

O Brasil, que desde 1930 vê sua indústria fonográfica ser dominada por empresas multinacionais (com a exceção da Som Livre), pode ter um fortalecimento de iniciativas nacionais com a emergência de gravadoras e músicos independentes. A ABMI, divulgou em Outubro de 2020 os resultados de sua Pesquisa do Mercado Brasileiro da Música Independente (Disponível em: <<https://abmi.com.br/artistas-independentes-sao-53-nas-paradas-de-sucesso-do-streaming-revela-pesquisa-da-abmi/>>), "que mapeia um setor em franca expansão". De acordo com a pesquisa, artistas independentes representam 53% do TOP 200 do Spotify, sendo que 50% das receitas vem do ambiente digital.

Atualmente pode-se destacar que a indústria fonográfica está faturando mais como um todo, pelo menos desde a crise; Tanto as *majors*, quanto os independentes estão crescendo no mercado, principalmente nos últimos 5 anos. Porém, isso não quer dizer que o campo fonográfico não irá sofrer mais nenhuma reviravolta, com o que foi exposto de sua história, ainda mais com a chegada de tecnologias digitais, há de se esperar novas transformações na indústria. O caráter genérico do computador pessoal, aliado ao alcance global e efetivo da Internet tem se provado uma arma para ressignificar as formas de produção, escuta, distribuição e divulgação musical. Com o aumento na intensidade de avanços tecnológicos, é difícil prever os caminhos que a indústria irá seguir, mas se compararmos ao começo do século XX, um músico independente nunca teve tantas oportunidades no mercado, quanto agora, se antes tinha que se submeter as vontades das gravadoras, seus grandes espaços, e agradecer pela oportunidade de ter os melhores equipamentos de gravação, hoje ele pode fazer música em seu quarto, e distribuir pelo mundo inteiro, com apenas alguns cliques.

## 6. Referências:

ABMI. **Artistas independentes são 53% nas paradas de sucesso do streaming, revela pesquisa da ABMI.** Outubro de 2020. Disponível em: <<https://abmi.com.br/artistas-independentes-sao-53-nas-paradas-de-sucesso-do-streaming-revela-pesquisa-da-abmi/>>.

Acesso em: 30 Nov. 2020.

ALMEIDA, Marcelo de. **Como o homem registrou o som.** *Jornal Movimento*, ano 10, nº 236, 2006.

DARBILY, Leonardo Vasconcelos Cavalier. **O Mercado Fonográfico no Brasil Alterações nas Relações de Poder a partir do Desenvolvimento Tecnológico e da Pirataria Virtual.** FGV EBAPE - Dissertações, Mestrado Acadêmico em Administração, 2007.

FRANCISCO, Pedro Augusto P.; VALENTE, Mariana Giorgetti. **Da rádio ao streaming: ECAD, direito autoral e música no Brasil.** FGV DIREITO RIO, 2016.

GEORGE, Sharon; MCKAY, Deirdre. **The plastic and packaging that comes with CDs and vinyl makes them seem worse for the environment, but the popularity of music streaming services may be polluting in other ways.** BBC Future, 2019. Disponível em: <<https://www.bbc.com/future/article/20190207-why-streaming-music-may-be-bad-for-climate-change>>. Acesso em: 25 Nov. 2020.

GOMES, Rodrigo. **Do Fonógrafo ao MP3: Algumas Reflexões sobre Música e Tecnologia.** Natal, *Revista Brasileira de Estudos da Canção*, 2014.

IAZETTA, Fernando. **Música e Mediação Tecnológica.** *Perspectiva*, 2009.

LAUS, Egeu. **A capa de disco no Brasil: os primeiros anos.** *Arcos*, vol. 1, 1998.

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

LEYSHON, Andrew. **The Software Slump? : digital music, the democratisation of technology, and the decline of the recording studio sector within the musical economy.** *Environment and Planning A*, 2009, volume 41, pages 1309-1331.

SANTINI, Rose Marie; LIMA, Clóvis Ricardo M. de. **Difusão de música na era da Internet**. V Encontro Latino de Economia Política da Informação, Comunicação e Cultura. Salvador, UFBA, 2005. Disponível em: <<http://www.gepicc.ufba.br/enlepicc/pdf/ClovisMontenegroDeLimaRoseSantini.pdf>>. Acesso em: 25 Out. 2020.

SCUDELLER, Yolanda. **Trabalho Lúdico: a produção de valor nas redes sociais digitais**. XXIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste. Belo Horizonte, INTERCOM, 2018.

SILVA, Edilson Delmiro. **Origem e desenvolvimento da indústria fonográfica brasileira**. Campo Grande, XXIV Congresso Brasileiro da Comunicação, 2001.

SPOTIFY TECHNOLOGY. **Spotify Reports Third Quarter 2020 Earnings**. Outubro de 2020. Disponível em: <<https://newsroom.spotify.com/2020-10-29/spotify-reports-third-quarter-2020-earnings/>>. Acesso em: 5 de Nov. 2020.

THINK WITH GOOGLE. Entenda o poder do YouTube. Julho de 2017. Disponível em: <<https://www.thinkwithgoogle.com/intl/pt-br/estrategias-de-marketing/video/entenda-o-poder-do-youtube/#:~:text=Nos%20%C3%BAltimos%20%20anos%2C%20o,representa%20um%20crescimento%20de%2054%25>>. Acesso em: 10 Nov. 2020.

VICENTE, Eduardo; DE MARCHI, Leonardo; KISCHINHEVSKY, Marcelo. **A consolidação dos serviços de streaming e os desafios à diversidade musical no Brasil**. Revista Eptic, Vol. 20, 2018.

VLADI, Nadja. **O Admirável mundo da tecnologia musical :Do fonógrafo ao MP3, a funcionalidade do gênero para a comunicação da música**. C-Lenda - **Revista do Programa de Pós-graduação em Cinema e Audiovisual**, 2011.

