

Indústria da música ou indústria do disco? A questão dos suportes e de sua desmaterialização no meio musical¹

Eduardo Vicente²

1 Este artigo é a versão revisada e expandida da comunicação apresentada no I Congresso da IASPM (International Association for the Study of Popular Music), realizado na Universidade Nova de Lisboa, em Portugal, entre 27 e 31 de outubro de 2010. A participação nesse congresso se deu a partir do apoio concedido pela Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (Fapesp).

2 Doutor em comunicação pela Universidade de São Paulo (USP). Professor do Programa de Pós-Graduação em Meios e Processos Audiovisuais da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP). edduvicente@gmail.com

Resumo

A intenção deste texto é oferecer um relato acerca do desenvolvimento histórico da indústria fonográfica a partir da perspectiva dos seus suportes de distribuição. Ele parte da premissa de que a questão dos suportes é fundamental para a compreensão tanto de muitas das características assumidas pela indústria ao longo de sua história— como a concentração econômica, a sua vinculação às editoras musicais e a relação entre *hardware* e *software* — quanto de sua crise atual.

Palavras-chave

Indústria fonográfica, distribuição musical, suportes musicais.

Abstract

The present paper intends to offer a report on the historical development of the phonographic industry under the perspective of its distribution supports. It considers the premise that the matter of the support is essential to understanding both the many characteristics such industry acquired during its history — as economic concentration, linkage to music editors and the relationship between hardware and software — and its current crisis.

Keywords

Phonographic industry; musical distribution; musical support.

Esse texto busca oferecer subsídios para a compreensão do cenário atual da indústria fonográfica a partir de uma discussão histórica do desenvolvimento dos suportes de gravação que ela utiliza e dos impactos — previstos ou não — gerados por sua substituição.

Em primeiro lugar, gostaria de esclarecer que o termo “suporte” refere-se aqui aos meios, tanto físicos (LPs, CDs, fitas K7 etc.) quanto virtuais (WAV, MP3, AIFF, WMA etc.), através dos quais a música gravada é distribuída e consumida. Em segundo lugar, parte significativa deste texto está vinculada à dissertação de mestrado que produzi ainda em 1996³, de modo que entendo que não há propriamente uma novidade nos dados apresentados. Acredito, no entanto, que o relato não só oferece um substrato histórico mais detalhado para pesquisas sobre o tema como busca explicitar a articulação entre direitos autorais, produção de conteúdo e inovação tecnológica, que tem marcado a atuação da indústria fonográfica desde seu início e me parece crucial para a compreensão de sua crise atual.

O início

O marco inicial do desenvolvimento da indústria de gravações musicais, ainda por meios mecânicos, pode ser situado no ano de 1888, quando a North American Phonograph Company requereu as licenças de comercialização do *phonograph* — um aparelho mecânico de gravação e reprodução sonora que operava com cilindros e fora inventado por Thomas Edison em 1878 (FRITH, 1992, p. 52). A campanha inicial para a venda dos equipamentos — que focava seu uso em escritórios, para o registro de textos ditados — foi, segundo Patrice Flichy, muito malsucedida. Por conta disso, a companhia passou a investir no potencial do equipamento enquanto meio de entretenimento, oferecendo a seus clientes cilindros com música “Sentimental”, “Tropical”, “Cômica”, “Irlandesa” e “Negra” (FLICHY, 1982, p. 52).

3 VICENTE, E. *A música popular e as novas tecnologias de produção musical*. Dissertação (mestrado) – IFCH, Unicamp, Campinas, 1996.

Foi nesse cenário que, também em 1888, Emile Berliner desenvolveu o *gramophone* — um aparelho reproduzidor de áudio que utilizava discos em lugar de cilindros. Em 1893, Berliner formou, para a comercialização de seu equipamento, a *United States Gramophone Company* e, no ano seguinte, contratou o pianista Fred Gaisberg como seu diretor de gravação e descobridor de talentos. Por comercializar um aparelho que se destinava exclusivamente à reprodução de áudio, Berliner considerou desde o início a necessidade de produzir discos gravados. Por isso, em 1897, criou aquele que pode ser considerado o primeiro estúdio comercial de gravações do mundo e, em 1900, já oferecia a seus clientes um catálogo com 5.000 títulos (FLICHY, 1982, p. 23).

Com a afirmação do consumo de um repertório musical como base da indústria — primeiro, com a música erudita (especialmente a ópera) e, a partir dos anos 20, com a música popular —, tivemos também a consolidação do disco de 78 rpm como seu suporte padrão. Com isso, os cilindros graváveis foram relegados ao esquecimento, ao mesmo tempo que os equipamentos elétricos substituíam os mecânicos.

A partir do final da década de 40, a indústria fonográfica — já consolidada portanto como indústria musical — inicia um novo ciclo de transformações. Com o desenvolvimento da eletrônica, ocorrem grandes mudanças na gravação e na reprodução de áudio, tanto pelo uso comercial dos gravadores quanto pelo surgimento de recursos como a estereofonia. Com a criação do microsulco (CBS, 1948), tornou-se também possível a primeira grande mudança de padrão da indústria, com o abandono do 78 rpm. Inicialmente, estabeleceu-se uma disputa entre duas empresas, a CBS e a RCA, quanto à definição de um novo padrão. Ela acabou resolvida através de uma divisão de mercado, com a música erudita sendo gravada em discos de 12", com 33.1/3 rpm (padrão da CBS), os chamados *long-plays* (LPs), e a música popular sendo registrada em discos de 7" e 45 rpm (padrão da RCA), os chamados *singles*. Mas esse segundo padrão de velocidade teve vida curta, e logo o 33.1/3 rpm tornou-se o único padrão de distribuição para música de todos os gêneros.

Mas voltando ao período inicial do processo de gravação musical, é forçoso constatar que o suporte 78 rpm carregava limitações que tiveram impacto significativo sobre o modo de fazer música. Por exemplo, os discos impunham uma duração limite de três a quatro minutos para cada gravação, já que esse era o tempo total disponível em cada uma de suas faces⁴. Essa limitação acabou por criar um padrão de duração para as faixas musicais que, em boa medida, mantém-se até hoje. O surgimento dos LPs, por sua vez, possibilitou uma expansão desse tempo para mais de 20 minutos, trazendo novas possibilidades e desafios para compositores e arranjadores (PAIVA, 1992, p. 29). Além disso, a geometria do sulco do disco também impedia a gravação de sons mais graves, o que impôs importantes limitações à instrumentação utilizada nos arranjos⁵.

Também o nível de concentração da produção fonográfica foi alto desde esse momento inicial. A esse respeito, Patrice Flichy observa que

[...] em princípios do século 20, cinco companhias dominavam o mercado mundial de música gravada. Edson, nos Estados Unidos, e Pathé, na França, comercializavam os cilindros. A Victor Records (Estados Unidos) e o grupo Gramophone (com sedes na Inglaterra e Alemanha) haviam se especializado no campo discográfico, além da Columbia norte-americana, que comercializava ambos os suportes (FLICHY, 1982, p. 23)⁶.

É importante observar que essas grandes companhias se caracterizavam pelo que Flichy chama de “integração *hardware/software*”, ou seja, fabricavam tanto os discos como os aparelhos leitores. Desse modo, a já citada mudança

4 Vale salientar que mesmo a criação de discos com duas faces foi um desenvolvimento posterior da indústria, já que durante as suas primeiras décadas os discos tinham apenas um lado gravado.

5 No caso da música brasileira, Fernando Faro observa que, até o início dos anos 50, quando os gravadores foram finalmente incorporados à nossa produção musical, isso acabou por inviabilizar o registro fonográfico de boa parte dos instrumentos de percussão do samba, cujo acompanhamento rítmico ficou limitado ao pandeiro, ao caxixi e mesmo a pratos, talheres e outras “miudezas de estúdio”. Depoimento prestado ao autor em 20 jun. 1993.

6 Entre os finais das décadas de 20 e 40 houve uma série de alterações nesse cenário, resultantes das fusões de diversas companhias. Como consequência, as mais altas posições do mercado eram ocupadas, em 1948, por RCA, CBS, EMI, Phonogram e Polydor. (FLICHY, 1982, p. 32).

tecnológica de 78 para 33.1/3 rpm foi rapidamente assimilada pelos compradores. E as tiragens de discos, que até então

[...] nunca haviam ultrapassado as 100 mil unidades, com o microsulco, alcançaram a cifra de muitos milhões... Os grandes editores fonográficos da época que pertenciam, também, a grandes grupos fabricantes de produtos elétricos e eletrônicos puderam, efetivamente, lançar simultaneamente no mercado o disco e seu aparelho de leitura (FLICHY, 1982, p. 23-24).

Os direitos autorais na indústria musical

Gostaria de ressaltar a afirmação de Flichy acerca da vinculação entre produtores de discos e editores fonográficos. Seria importante entender melhor a função desses editores e, a partir dela, buscar determinar como se daria a relação apontada pelo autor.

Na tradição legal, a autoria de uma obra de arte gera direitos que podem ser divididos em duas categorias: morais e patrimoniais. O direito moral, intransferível e permanente, refere-se à autoria da obra. Assim, assumir indevidamente a autoria de uma obra ou de parte dela (o chamado plágio), ou mesmo utilizar-se de uma obra sem mencionar sua autoria, são violações do direito moral, mesmo que nenhum ganho econômico seja derivado desses atos. Já os "direitos patrimoniais" são aqueles que advêm das diferentes possibilidades de exploração comercial da obra. E esses direitos podem ser cedidos pelo autor. No caso particular da música, mesmo antes do surgimento dos sistemas de gravação já existia a comercialização dos seus direitos, que eram cedidos a editores para a impressão de partituras.

Os editores estabelecem contratos de cessão de direitos com os compositores e se tornam os proprietários legais de suas obras, aptos a decidirem sobre o uso e valor de comercialização das composições — que geram lucros quando gravadas por diferentes intérpretes, apresentadas em concertos, incluídas em videogames e obras audiovisuais, veiculadas na TV e

no rádio etc. É um tema complexo, mas vale dizer que, em décadas passadas, esses contratos de cessão de direitos eram comumente feitos com cláusulas de renovação sob o controle dos editores, numa situação em que os compositores jamais retomavam o controle sobre suas obras⁷.

Mas, além da composição em si, o fonograma, ou seja, o registro sonoro da composição, também representa uma propriedade, que envolve o trabalho de diferentes profissionais, como cantores, instrumentistas, produtores, arranjadores e engenheiros de gravação. E os fonogramas pertencem à gravadora que os produziu, à qual os participantes da sessão de gravação cedem seus direitos⁸.

A veiculação do fonograma por diferentes meios ou sua inclusão em obras audiovisuais gera o pagamento de direitos relativos tanto à composição quanto ao fonograma. E é essa dupla existência da música que cria a proximidade apontada por Flichy entre fabricantes de discos e editores musicais, situação que se mantém até hoje⁹. Assim, ao longo de sua história, as grandes gravadoras acumularam a propriedade de milhões de composições e fonogramas, o que lhes permitiu auferir lucros a partir tanto da impressão, veiculação e regravação das obras musicais quanto — e esse é o aspecto que eu gostaria de ressaltar — do seu constante relançamento através de novos suportes musicais. Simultaneamente, obtiveram a aprovação de leis que lhes permitiram manter os direitos sobre os fonogramas por até 70 anos após a gravação e, sobre as composições, pelo mesmo período, a partir da morte do autor¹⁰.

7 É por essa razão que os direitos sobre 250 músicas dos Beatles não pertencem a seus autores, tendo sido adquiridos em 1985 por Michael Jackson.

8 Vale destacar que vários dos participantes da sessão, assim como os autores da composição, recebem significativa parcela dos ganhos auferidos em diversas das situações aqui apontadas. O que se busca sublinhar é que são as empresas que detêm a propriedade sobre a composição e sobre as gravações que ela gera.

9 Toda *major* possui a sua própria editora musical. A editora da Universal Music, por exemplo, a principal gravadora do mundo, é a Universal Music Publishing Group, apontada em seu site como a líder mundial nessa área (<http://www.umusicpub.com/>).

10 Depois desse prazo, as obras de tornam de domínio público.

O LP e o *single*

Voltemos agora à questão dos discos. Embora o padrão de 45 rpm tenha rapidamente desaparecido, a prática da produção de *singles* acabou por se estabelecer também na rotação de 33.1/3 rpm. Na Europa e nos Estados Unidos, esse padrão teve grande penetração, principalmente entre os jovens consumidores dos anos 50 e 60, estando fortemente ligado aos anos iniciais do *rock*. O suporte não apenas serviu para incorporar ao mercado um público de menor poder aquisitivo mas também possibilitou o surgimento de equipamentos como as *jukeboxes*, que expandiram tanto os espaços de consumo como as possibilidades de lucro do negócio da música gravada.

Mas a relação entre o *single* e o LP acabou tendo um significado ainda mais profundo. Historicamente, o primeiro se vincula a uma produção simbólica mais descartável, ou seja, um determinado *single* pode alcançar uma grande vendagem, e o artista ou banda a ele vinculado pode não conseguir nenhuma repercussão em seus trabalhos posteriores¹¹. Através do LP, por outro lado, consolida-se a carreira e a imagem do artista, que se torna, num certo sentido, mais importante do que as músicas que produz. No caso do rock, por exemplo — historicamente, o gênero musical mais importante para o desenvolvimento da indústria do disco —, o LP superou o *single* como suporte comercial dominante sobre as camadas de jovens consumidores britânicos num ano emblemático, 1968 (PAIANO, 1994, p. 188), o que pode ser visto como uma metáfora do crescimento da importância artística e cultural do gênero, que passara, como se sabe, a incorporar importantes questionamentos políticos, sociais, comportamentais e estéticos.

Assim, a partir dos anos 60, podemos afirmar que a relação entre os dois suportes musicais utilizados pela indústria — o *single* e o LP — correspondia a duas estratégias diferentes de promoção musical: uma ligada à venda do fonograma, vislumbrando um consumo mais intensivo e

11 Nos Estados Unidos e no Reino Unido, o termo *one-hit wonder* é utilizado para designar artistas e bandas que tiveram apenas uma gravação de sucesso durante sua carreira, numa situação ligada tradicionalmente aos *singles*.

imediatos; e outra ligada à consolidação da carreira do artista, vinculada à ideia de uma obra mais densa e integrada.

Além disso, em julho de 1967, tivemos o lançamento do álbum *Sgt. Pepper's Lonely Hearts Club Band*, dos Beatles. O disco foi gravado pela banda depois de sua decisão de não mais fazer shows e utilizou-se de recursos técnicos que, na época, tornavam impossível a execução de muitas de suas músicas numa apresentação ao vivo¹². Isso implicou uma autonomia inédita para a música gravada e para o próprio suporte LP, já que nessa obra os Beatles se aproximaram da ideia de álbum conceitual, que seria radicalmente explorada na década seguinte por bandas como Pink Floyd e Alan Parsons Project. Assim, a música gravada, principalmente através do LP, adquiria maior autonomia como obra artística, deixando de ser meramente o registro de uma performance ao vivo. E esse aumento da importância da gravação diante da performance ao vivo começava a colocar em evidência a figura do produtor musical, profissional diretamente vinculado a essa atividade. Também nesse caso, os Beatles foram um exemplo fundamental, através de sua relação com o produtor George Martin.

A fita cassete (K7)

Se os gravadores de fita foram incorporados pela indústria no final dos anos 40 enquanto recurso de produção, seu uso enquanto suporte de consumo musical só iria se popularizar a partir de 1964, ano em que a Philips lançou o *compact cassette*. Com isso, os álbuns musicais passaram a ser oferecidos ao consumidor também nesse suporte, de modo que, "em 1970, as fitas cassete representavam perto de 1/3 das vendas de música gravada e, em 1971, o valor total dos gravadores cassete vendidos era superior ao dos toca-discos" (TOLL, 1982, p. 74)¹³. Embora algumas empresas tivessem inicialmente resistido à

12 O disco utilizou-se, principalmente, da técnica de gravação em multicanais, que permitia a incorporação de novas trilhas musicais a um conteúdo previamente gravado.

13 Vale destacar que, antes da fita cassete, existiram dois suportes musicais baseados em fitas: a fita de ¼" e a 4-track

introdução da fita cassete, temendo que a gravação doméstica substituísse a compra de suportes (DANNEN, 1991), o fato é que ela possibilitou uma enorme ampliação dos espaços de consumo de suportes musicais: surgiram toca-fitas para automóveis e, no final dos anos 70, a Sony introduziu no mercado o *walkman*, vendendo em oito anos 35 milhões de unidades do aparelho (YÚDICE, 1998). Com isso, o consumo musical através de suportes gravados adquiria o potencial de substituir o rádio em praticamente todos os espaços e atividades cotidianas.

Simultaneamente, o cassete abriu possibilidades inéditas para a produção musical em regiões periféricas. Peter Manuel afirma que “fitas e gravadores, introduzidos na Índia pelos trabalhadores migrantes do Golfo, no final dos anos 70, resultaram numa explosão da produtividade da indústria de gravação que pode ser estimada pelas vendas, que subiram de US\$ 1,2 milhão, em 1980, para US\$ 12 milhões em 1986” (MANUEL, 1993, p. 64). Para o autor, a questão importante não foi o aumento das vendas, mas a diversificação do consumo musical que o acompanhou, impulsionada por uma legião de produtores independentes que passou a se utilizar de gravadores portáteis¹⁴.

Adicionalmente, ao menos no Brasil, a introdução da fita cassete acabou impulsionando também a pirataria de suportes. A fita chegou aqui em 1970 e, já em 1974, estimava-se que as gravadoras utilizavam apenas 4 das 11 milhões de unidades produzidas no país, sendo boa parte das restantes consumida em práticas de pirataria, tanto doméstica como em escala comercial (IDART, 1980, p. 123). Assim, se o fortalecimento do suporte, por um lado, aumentou o volume global de vendas da indústria, por outro, possibilitou também um rápido crescimento da atividade dos piratas. E, se em 1986 o total de unidades de cassetes legais vendidas no país era equivalente a

cartridge. Ambos os formatos foram desenvolvidos no início dos anos 60 e tiveram um uso doméstico bem mais restrito.

14 O autor atribui até mesmo a derrota eleitoral do Partido do Congresso, em 1989, aos fluxos de informação e cultura possibilitados pelo cassete e pelas gravações de vídeo em VHS na Índia.

aproximadamente 50% do total de LPs, dez anos depois, representava pouco mais de 5% do total de CDs (ABPD, 1998, p. 15).

O CD

A comercialização de *compact discs* nos países centrais foi iniciada em 1982, com o suporte sendo lançado simultaneamente pela Sony e pela Philips. O seu sucesso foi extraordinário: em quatro anos, o comércio de LPs foi praticamente extinto no mercado japonês e, no norte-americano, em seis. O surgimento do CD possibilitou o relançamento de praticamente todo o repertório de fonogramas acumulado pela indústria, na forma tanto de álbuns originais quanto de coletâneas, garantindo grande lucratividade às empresas. Além disso, o CD foi apenas um dos aspectos do que pode ser definido como uma “revolução digital” no campo da produção musical, que permitiu um radical barateamento dos custos para gravação e prensagem do disco, bem como a multiplicação dos estúdios de gravação em praticamente todo o mundo. Esse processo, evidentemente, acabou dando um novo impulso à produção regional, de modo que não seria difícil vincular ao alcance global e ao baixo custo dessas tecnologias o advento do que se convencionou denominar de *world music*, no início dos anos 90¹⁵. Por todos esses fatores, a indústria alcançou na década um sucesso extraordinário, com suas vendas globais chegando a 3,5 bilhões de unidades em 1996, melhor ano de sua história (IFPI, 2005).

O CD-R

Consolidada a substituição do LP pelo CD, cabia agora à indústria definir o sucessor digital da fita cassete. A primeira tentativa ocorreu em 1990, com o lançamento do DAT, *digital audio tape*. Porém, o DAT jamais se firmou como equipamento de uso doméstico, tornando-se padrão durante alguns anos apenas

15 Apresento uma introdução a esse novo cenário da produção musical digital em minha dissertação de mestrado, já citada.

em áreas profissionais, como a de produção musical (em que era comumente utilizado para a mixagem das matrizes de gravações). Pouco depois, Sony e Philips envolveram-se numa disputa acerca da consolidação de um novo padrão de mídia digital “gravável”. Num primeiro momento, a Philips apostou no DCC (*digital compact cassette*), um equipamento de gravação e reprodução híbrido, que podia utilizar fitas cassete convencionais e digitais. Já a Sony investiu no *minidisc* (MD), que operava com discos óticos regraváveis¹⁶. A Sony, através de sua gravadora, chegou a lançar diversos títulos musicais em CD, cassete e MD, mas, como o DAT, o aparelho não se firmou no mercado doméstico, encontrando melhor função — e alguma sobrevida — em atividades de produção, especialmente no meio radiofônico.

Por conta disso, o papel de substituto da fita cassete, ao menos entre os suportes físicos, acabou sendo assumido por uma versão gravável de CD, o CD-R (*compact disc-recordable*). Os primeiros modelos de mesa de gravadores de CDs foram lançados pela Philips em 1997. Pouco depois, eles acabaram substituídos por *drives* de computador. Mas, ao contrário do que acontecera com a fita cassete, e do que fora pretendido com o MD, o DCC e o DAT, essa tecnologia aparentemente não trazia nenhum ganho para a indústria musical: ela não apenas não obrigava os consumidores a adquirirem novos suportes gravados como abria a possibilidade para a gravação de compilações ou mesmo de cópias de discos originais sem qualquer perda significativa de qualidade.

Por conta disso, é lícito supor que seu lançamento possa ter criado um tensionamento na dinâmica de concentração *hardware/software* da indústria musical, gerando um conflito entre a Philips, fabricante de equipamentos, e sua gravadora, a Polygram. E esse talvez tenha sido um dos fatores que levou, no ano seguinte, à venda da gravadora, que se tornaria a base da Universal Music¹⁷.

16 A empresa, ao menos no Japão, chegou inclusive a lançar alguns títulos no suporte.

17 “Universal compra a gravadora Polygram”, revista *Veja*, 23 dez. 1998.

De qualquer forma, parece inegável que a tecnologia do CD-R deu um grande impulso à pirataria. O baixo custo de produção (em relação aos discos de vinil e mesmo às fitas cassete), associado ao fato de que era possível produzir cópias com a mesma qualidade do CD original, possibilitou um extraordinário crescimento e a internacionalização dessa atividade, com profundo impacto sobre a indústria. Segundo a IFPI (International Federation of the Phonographic Industry), a pirataria obteve mundialmente, ao longo do ano de 1998, um faturamento da ordem de US\$ 4,5 bilhões, respondendo pelo comércio de 2 bilhões de unidades de suportes (cassetes e CDs). Esse número representou cerca de 33% do comércio total de unidades do ano — um aumento de 20% em relação ao ano anterior (IFPI, 1999).

Ao mesmo tempo, essa tecnologia foi bastante positiva para a produção musical independente. A redução do custo por unidade e a possibilidade da fabricação doméstica dos suportes, aberta pelos CDs graváveis, tornaram os artistas menos dependentes dos grandes fabricantes para a produção de seus discos. Além disso, o CD-R acabou por vincular-se a um extenso processo de mudanças no campo da produção musical, possibilitado pelo surgimento dos sistemas MIDI e de toda uma ampla gama de equipamentos associados às tecnologias digitais. Isso reduziu dramaticamente os custos da produção musical e permitiu a criação de *home studios* e uma ampla pulverização das atividades de produção musical, antes mantidas sob o controle de grandes estúdios e gravadoras (VICENTE, 1996).

O MP3 e a desmaterialização dos suportes

A questão da integração *hardware/software* no âmbito dos grandes conglomerados atuantes na indústria musical parece ter adquirido não apenas um maior tensionamento mas também um novo significado a partir do surgimento do MP3 e, através dele, da possibilidade da distribuição digital de música sem a necessidade da utilização de um suporte material. A primeira observação sobre

esse novo suporte é a de que ele não foi criado pela indústria musical e que seu uso nessa área demonstrou, assim como no episódio do CD-R, a perda do controle dela sobre os rumos da inovação tecnológica.

O suporte MPEG 3, ou simplesmente MP3, surgiu em 1992 como uma das consequências do trabalho dos MPEGs (Moving Picture Experts Groups), criados em 1988 pela ISO (International Association of Standardization), em associação com a IEC (International Electrotechnical Commission), para definir novos padrões de digitalização de áudio e vídeo¹⁸. O MP3 permitiu a digitalização de áudio em arquivos mais de dez vezes menores do que os obtidos com o WAV, o suporte anteriormente utilizado. A popularização de seu uso para a troca de arquivos musicais na internet ocorreu a partir de 1997, com a criação, por Justin Frankel, do *Winamp*, um software que reproduzia arquivos MP3 em ambiente *Windows*¹⁹. Dois anos depois, Shawn Fanning criou o *Napster*, um programa que possibilitava a visualização e a troca dos arquivos contidos nos HDs dos computadores de usuários conectados à internet, o que ajudou inclusive a lançar as bases do conceito de rede social na web. Ao mesmo tempo em que se envolviam em grandes batalhas judiciais para restringir a circulação de arquivos musicais através do *Napster* e congêneres, as *majors*²⁰ orientaram suas estratégias de fusão para a venda de conteúdo pela web e para a desmaterialização dos suportes. Esse foi o caso tanto da fusão da AOL Time Warner quanto da Vivendi Universal — ambas em 2000²¹.

18 http://mpeg.chiariglione.org/who_we_are.php. Acesso em: 19 ago. 2012.

19 Antes disso, eles só podiam ser reproduzidos a partir do DOS. Frankel distribuiu sua criação gratuitamente pela rede e, em um ano e meio, ela já era utilizada por 15 milhões de pessoas. "Será o fim do CD?", revista *Exame*, 6 out. 1999.

20 *Majors* são as empresas de grande porte que, frequentemente integradas a grandes conglomerados de comunicação, concentram sob seu controle uma vasta proporção do mercado fonográfico mundial. Atualmente, podem ser definidas como *majors* as empresas Universal, Sony, Warner e EMI.

21 A AOL Time Warner congregou a rede de cabos televisiva e os conteúdos de música, vídeo, filmes e publicações da Time Warner com o portal de internet da America Online. O Grupo Vivendi Universal, de capital francês, uniu música, cinema e vídeo com a rede de televisão a cabo europeia Canal + e o portal de internet *Vizzavi*.

O fracasso inicial dessas grandes empresas na consolidação do comércio de música *on-line* parece ter sido um dos fatores que deflagrou a grande crise que se abateu sobre o setor a partir do final da década de 90. Naquele momento, a RIAA (Recording Industry Association of America) constatava que “as vendas de discos entre os jovens de 15 a 24 anos diminuíram de 32,2% em 1996 para 28% em 1998 [...] essa queda está relacionada ao MP3, já que são os jovens que mais fazem downloads de músicas, deixando de comprar discos”²². E, em 1999, calculava-se que mais de 500 mil músicas circulavam clandestinamente pela rede, estimando-se que “50 milhões de computadores já estariam tocando músicas em MP3”²³. Mas, como foi apontado em sua introdução, este texto não irá se estender sobre um debate que tem sido desenvolvido por inúmeros autores na atualidade. O que queremos ressaltar sobre esse suporte, que, fora de qualquer dúvida, mudou radicalmente os rumos da indústria, é o fato de que ele não surgiu a partir dos interesses ou da ação dessa indústria, tornando-se, portanto, o primeiro suporte de distribuição musical da história criado fora de seu âmbito. Além disso, ele é anterior ao desenvolvimento da internet, meio no qual, como sabemos, seu potencial seria posteriormente explorado. Assim, seu surgimento e uso posterior parecem apontar, antes de mais nada, tanto para a grande flexibilidade das tecnologias digitais e, num certo sentido, para a relativa imprevisibilidade dos seus possíveis usos sociais quanto para o fato de que seu uso maciço demarca um decisivo momento de perda de controle da indústria musical sobre o processo de renovação tecnológica de seus suportes.

As vendas *on-line*

A primeira iniciativa bem-sucedida de venda *on-line* de música deveu-se, como se sabe, à iTunes Music Store, loja virtual da Apple criada em abril de 2003. As vendas chegaram aos 25 milhões de *downloads* de músicas em dezembro

22 “Prepare-se: a indústria começou o contra-ataque on line”, *Folha de S. Paulo*, 22 jul. 1999.

23 *Revista da Web*, n. 2. Disponível em: <<http://www.uol.com.br/revistadaweb/02/MP3.html>>.

daquele mesmo ano²⁴. O sucesso do projeto relacionou-se, evidentemente, ao lançamento pela empresa, no final de 2001, do *player* digital iPod e, em 2007, do iPhone. Já a partir de 2006, os serviços de assinaturas de *downloads* musicais através da telefonia móvel passaram a responder pela maior parcela do mercado de música *on-line*, cujas vendas elevaram-se de 0,4 bilhão de dólares em 2004 para 2,9 bilhões em 2007²⁵. Com isso, parece ter se iniciado um dramático processo de reestruturação da indústria. Embora se trate de um cenário muito recente, aparentemente o processo pode ser subdividido em dois momentos. No primeiro deles, que abarca aproximadamente a segunda metade da década de 90 e a primeira da década de 2000, temos os interesses dos fabricantes de *players* musicais digitais — exemplificados pelo iPod — em alguma medida opostos aos das gravadoras, numa situação semelhante à sugerida pelo momento de surgimento do CD-R. Nesse quadro, a distribuição livre de música em arquivos digitais — contrária aos interesses da indústria do disco — é amplamente favorável aos fabricantes de *players*, que se valem justamente da livre disponibilidade de conteúdo musical na internet para alavancar as vendas de seus equipamentos.

Porém, a partir da constituição da iTunes e dos serviços musicais por parte das empresas de telefonia, inicia-se um novo processo de integração e concentração, no qual a indústria do disco perde a sua autonomia e precisa se integrar a esses novos agentes de distribuição de conteúdo digital para a manutenção de seu negócio.

É claro que isso determina um nível de concentração oligopolista diferente do atingido em décadas passadas e um novo cenário em que, ao menos neste momento inicial, as vendas de suportes gravados parecem ter perdido a sua centralidade dentro dos negócios da música e, segundo o IFPI, as vendas digitais de música subiram 940%, enquanto o mercado musical como um todo caiu 30% (IFPI, 2010, p. 7).

24 IFPI On Line Music Report 2004 Disponível em: <<http://www.ifpi.org/content/library/digital-music-report-2004.pdf>>.

25 IFPI Digital Music Report 2008. Disponível em: <<http://www.ifpi.org/content/library/dmr2008.pdf>>.

Nesse contexto, um fato novo para a história da indústria parece ser o de que, entre as *majors* do setor, talvez possamos agora enumerar empresas não diretamente envolvidas com a produção musical, como Apple e Nokia, mas com controle estrito sobre as redes de distribuição digital da música. Assim, é preciso observar que esse quadro não aponta exatamente para uma desconcentração do setor. Trata-se, mais provavelmente, de uma reordenação das instâncias de poder entre grandes empresas de atuação global.

De qualquer modo, é preciso considerar que as *majors* tradicionais do setor ainda concentram um considerável poder, mantendo sua capacidade de promover globalmente artistas de grande repercussão como Beyoncé, Lady Gaga, Justin Bieber e Adele, entre outros. Além disso, como a quase totalidade das canções de sucesso das últimas décadas encontra-se sob o controle dessas empresas, elas podem continuar a explorar o seu repertório acumulado de maneira bem-sucedida através da veiculação em TV, rádio e internet, da sua inclusão em trilhas de cinema, TV e videogames e da sua execução nas turnês de artistas.

DVDs musicais

Ao menos nos anos iniciais da década de 2000, tivemos um crescimento das vendas de DVDs musicais, especialmente nos registros de *shows* ao vivo. O suporte simboliza tanto a integração entre áudio e vídeo, estabelecida na indústria especialmente a partir de 1981, com o surgimento da MTV, quanto o fenômeno mais atual de revalorização dos espetáculos ao vivo. Sua venda começou a ser registrada pela IFPI a partir 2001. E, ao menos nos primeiros anos da década, ela apresentou um crescimento constante, indo de 80 milhões de unidades vendidas em 2001 para 186 milhões em 2004. Nesse mesmo período, as vendas de CDs caíram de 2.310 para 2.118 milhões de unidades (IFPI, 2005, p. 160). Além disso, o DVD permite a reprodução do áudio em qualidade superior à do CD, ao contrário, por exemplo, do que ocorre com o MP3²⁶.

26 O padrão de áudio digital do CD é de 16 bits por 44.1 kHz, em estéreo. Já no DVD áudio, o som pode ser registrado em até 24 bits por 96 kHz e em *full surround* (5.1).

Conclusões

As questões apresentadas ao longo deste texto tentam demonstrar que a análise da substituição dos suportes musicais ao longo da história pode nos oferecer uma importante chave para o estudo do desenvolvimento da indústria e para a discussão de suas possíveis tendências. Um tema que nos parece fundamental nesse relato é o de que a perda de controle da indústria musical sobre o processo de substituição dos suportes parece ter se constituído como o principal fator para a crise atual do setor. Nesse contexto, o advento do CD-R e a popularização do MP3 como suporte de distribuição musical não só ampliaram os problemas, com a pirataria e a distribuição ilegal, como aumentaram grandemente as possibilidades de atuação de pequenas gravadoras e artistas autônomos— já que as *majors*, desde pelo menos os anos 90, mantiveram seu predomínio sobre o mercado a partir, principalmente, do controle sobre as vias de distribuição e divulgação musical (VICENTE, 2002). Vale lembrar, sob esse aspecto, que as possibilidades de autonomia não se abriram apenas para ingressantes no campo mas também para artistas consagrados — muitos dos quais optaram por deixar as grandes gravadoras e desenvolver carreiras autônomas²⁷. A maior facilidade e flexibilidade na produção de CDs e DVDs permite, inclusive, que alguns artistas produzam registros em áudio e vídeo de cada um de seus shows, visando oferecer produtos voltados especificamente ao público que acompanhou a performance²⁸.

27 Citaria o caso do Radiohead, entre muitos outros.

28 A banda norte-americana Pearl Jam, por exemplo, costuma produzir CDs ao vivo (*bootlegs*) de cada um de seus shows, que podem ser adquiridos através de seu site (<http://pearljam.com/>).

Referências

ABPD. *O mercado brasileiro de música*, 1997. Rio de Janeiro: ABPD, 1998.

DANNEN, F. *Hitmen: power brokers and fast money inside de music business*. London: Vintage Edition, 1991.

FLICHY, P. *As multinacionais del audiovisual*. Barcelona: Gustavo Gilli, 1982.

FRITH, S. "The industrialization of popular music". In: LULL, J. (Org.) *Popular music and communication*. London: Sage, 1992.

GAROFALO, R. "Whose world, what beat: the transnational music industry, identity and cultural imperialism". *Music of the World: journal of the International Institute for the Traditional Music*, n. 35 (2), Berlim, p. 16-32, 1993.

HERSCHMANN, M. "Revalorização da música ao vivo e reestruturação da indústria da música". In: VICENTE, E. & GUERRINI JR., I. (Orgs.). *Na trilha do disco: relatos sobre a indústria fonográfica no Brasil*. Rio de Janeiro: E-Papers, 2010.

IDART, Departamento de Informação e Documentação Artísticas. *Disco em São Paulo*. COZZELLA, D. (Org.). São Paulo, Secretaria Municipal de Cultura/Centro de Pesquisa de Arte Brasileira, 1980.

IFPI. *IFPI digital music report 2010*. London: IFPI, 2010. Disponível em: <http://www.ifpi.org/content/section_statistics/index>.

IFPI. *Music piracy report 1999*. London: IFPI, 1999.

IFPI. *Recorded music sales 2007*. London: IFPI, 2008. Disponível em: <http://www.ifpi.org/content/section_statistics/index>.

IFPI. *The recording industry in numbers 2005: the definitive source of global music market information*. London: IFPI, 2005.

MANUEL, P. *Cassette culture: popular music and technology in North India*. London: University of Chicago Press, 1993.

ORTIZ, R. *A moderna tradição brasileira*. São Paulo: Brasiliense, 1988.

PAIANO, Enor. *O berimbau e o som universal: lutas culturais e indústria fonográfica nos anos 60*. Dissertação (mestrado) – Universidade de São Paulo (ECA-USP), São Paulo, 1994.

PAIVA, J. E. R. *Uma análise crítica da relação música/tecnologia do pós-guerra até a atualidade*. Dissertação (mestrado) – Universidade de Campinas, Campinas, 1992.

TOLL, R. C. *The entertainment machine*. Oxford: Oxford Press University, 1982.

VICENTE, E. *A música popular e as novas tecnologias de produção digital*. Dissertação (mestrado) – Universidade de Campinas (IFCH/Unicamp), Campinas, 1996.

_____. *Música e disco no Brasil: a trajetória da indústria entre as décadas de 80 e 90*. Tese (doutorado) – Universidade de São Paulo (ECA-USP), São Paulo, 2002.

_____. "A vez dos independentes (?): um olhar sobre a produção musical independente do país". *Revista E-Compós*, Brasília, v. 7, 2006. Disponível em: < <http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/viewFile/100/99>>. Acesso em 30 out. 2012.

YÚDICE, G. "La industria de la música en el marco de la integración América Latina-Estados Unidos". In: *Seminário Integración Económica e Industrias Culturales en América Latina y el Caribe*, Buenos Aires, 1998. Conferência. Texto fornecido pelo autor.