



A Questão dos Suportes na Indústria Musical: concentração, substituição, desmaterialização¹

Eduardo VICENTE²
Universidade de São Paulo, São Paulo, SP

Resumo

Esse texto busca oferecer uma discussão acerca do desenvolvimento histórico e da crise atual da indústria fonográfica a partir da questão dos suportes de gravação. Os suportes e sua desmaterialização, a partir das possibilidades abertas pelas tecnologias digitais de produção e pela web, parecem estar na base de vários importantes processos que afetam a indústria, desde a questão da integração hardware/software – crucial para a formação de alguns dos conglomerados que durante longo tempo controlaram os rumos da produção fonográfica – até o avanço da pirataria, um dos mais graves problemas enfrentados atualmente pelo setor.

Palavras-chave

Indústria fonográfica; disco; distribuição musical.

A intenção desse texto é tentar oferecer alguns subsídios para a compreensão do cenário atual da indústria fonográfica a partir de uma discussão histórica acerca do desenvolvimento dos suportes de gravação que tem sido usados, desde o nascimento da indústria, para a distribuição musical. É a partir desse tema que será apresentada uma reflexão acerca da concentração econômica na indústria, focada em questões já clássicas como a relação hardware/software e a constituição dos grandes conglomerados de comunicação – representados, na indústria do disco, pelas chamadas *majors* (grandes gravadoras de atuação globalizada). Mas em primeiro lugar gostaria esclarecer que “suporte” assume, nesse texto, o sentido tanto de base material (LPs, CDs, fitas K7, etc) quanto imaterial (WAV, MP3, WMA, etc) através das quais a música gravada pode ser distribuída e consumida.

Vale lembrar que a questão dos suportes é bastante própria à indústria fonográfica e a distingue, desde seu início, de meios como o cinema e o rádio. Gostaria de relembrar esse início.

¹ Trabalho apresentado no GP Rádio e Mídia Sonora, IX Encontro dos Grupos/Núcleos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Professor do Curso Superior do Audiovisual da ECA/USP.



O marco inicial do desenvolvimento da produção musical, 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 perfurados e fora inventado por Thomas Edison em 1878 (FRITH, 1992, p.52). A campanha inicial para a venda dos equipamentos - que visava, predominantemente, seu uso em escritórios para o registro de textos ditados – foi um fracasso, mas a companhia logo percebeu que o aparelho seria melhor sucedido como uma máquina de entretenimento e tornou-se pioneira nessa área ao oferecer a seus clientes cilindros com música “Sentimental”, “Tropical”, “Cômica”, “Irlandesa” e “Negra” (FLICHY, 1982, p.52).

Foi neste cenário que, também em 1888, Emile Berliner desenvolveu o *gramophone* - um aparelho exclusivamente de reprodução que se utilizava de discos em lugar dos cilindros de Edison. Em 1893, Berliner formou a United States Gramophone Company para a comercialização de seu equipamento e, no ano seguinte, contratou o pianista Fred Gaisberg, que iria se tornar seu diretor de gravação e descobridor de talentos. Como Berliner tinha, desde o início, uma visão do *gramophone* como fonte de entretenimento, sempre teve grande interesse também pela venda de material gravado e, desse modo, criou em 1897, com a ajuda de Gaisberg, o primeiro estúdio comercial de gravações. Como resultado, já no ano de 1900, a Gramophone Company oferecia a seus clientes um catálogo com 5.000 títulos (FLICHY, 1982, p. 23).

Com a consolidação de um padrão de consumo musical, primeiro em torno da música erudita (especialmente da ópera) e, especialmente a partir dos anos 20, em torno da música popular, ocorreu a primeira grande batalha em torno de formatos e padrões dentro da indústria. Seu resultado foi o desaparecimento dos cilindros graváveis, tornando-se os discos não graváveis, na rotação de 78 rpm, hegemônicos no mercado.

Na década de 20, surgiam os sistemas de gravação elétrica em substituição aos mecânicos e, nos anos 40, ocorria a segunda grande mudança de padrão da indústria, com a substituição do 78 rpm³. Estabeleceu-se, inicialmente, uma disputa entre a CBS e a RCA pela imposição de um novo padrão, mas que acabou sendo resolvida através de uma divisão de mercado, com a música erudita sendo gravada nos LPs de 33 1/3 rpm (padrão da CBS) e a música popular registrada em *singles* (compactos) de 45 rpm

³ A substituição do padrão de 78 rpm foi possível a partir do desenvolvimento do micro-sulco, em 1948, pelos técnicos da CBS.



(padrão da RCA). Este segundo padrão, no entanto, teve vida curta, e não demorou para que o 33 1/3 se tornasse predominante na distribuição de música de todos os gêneros.

Mas voltando ao período inicial do processo de gravação musical, é possível constatar que os próprios formatos de gravação carregam limitações que tiveram impacto sobre o modo de fazer música. O padrão de 78 rpm, por exemplo, implicava numa duração limite de 3 a 4 minutos para cada gravação (já que esse era o tempo total disponível em cada face do disco), criando padrões de duração de faixas musicais que seriam predominantes até hoje. Nesses termos, o surgimento dos LPs de 33.1/3 rpm representou uma expansão deste tempo para mais de 20 minutos, trazendo novas possibilidades (e imposições) para compositores e arranjadores⁴.

Ao mesmo tempo, o nível de concentração da produção fonográfica parece sempre ter sido alto. Flichy observa que,

...em princípios do século XX cinco companhias dominavam o mercado mundial de música gravada⁵. Edson nos EUA e Pathé, na França, comercializavam os cilindros. A Victor Records (EUA) 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).

Entre os finais das décadas de 20 e 40 houve uma série de grandes alterações neste cenário, resultante das fusões de diversas companhias. Como consequência, em 1948 as mais altas posições do mercado eram ocupadas por RCA, CBS, EMI, Phonogram e Polydor. É importante observar aqui que, naquele momento, 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 primeira grande mudança tecnológica no campo da distribuição musical - representada pela mudança de padrão de 78 para 45 e 33.1/3 rpm - foi rapidamente assimilada pelos compradores. As tiragens de discos que, até então,

nunca haviam ultrapassado as cem mil unidades, com o micro-sulco alcançaram a cifra de muitos milhões... Os grandes editores fonográficos da época que

⁴ "...até então, os músicos de jazz estavam habituados à gravação de 3 ou 4 minutos de música, que era a capacidade de tempo contida em um disco de 78 rpm. (...) A possibilidade de gravar em um tempo maior e aumentar as improvisações os pegou de surpresa, e foi necessário criar um novo tipo de jazz para a utilização dessa nova possibilidade" (PAIVA, 1992, p. 29).

⁵ Na tradição da indústria essas grandes gravadoras são denominadas *majors*. Em contraposição, as gravadoras menores, normalmente vinculadas a segmentos musicais e a mercados regionais, são denominadas *indies*.



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: 23/24).

Os Direitos Autorais na Indústria Musical

Agora gostaria de me voltar à questão dos direitos autorais no setor musical para entender melhor a relação entre fabricantes de equipamentos e o que Flichy chama de “grandes editores fonográficos”.

A autoria de uma obra de arte é definida como os “direitos morais” gerados pela obra e é intransferível. O mesmo não ocorre, no entanto, com os direitos de exploração comercial da obra. Além dos direitos advindos da autoria, o fonograma gerado pela gravação de uma obra musical também representa uma propriedade, que envolve o trabalho de diferentes profissionais como intérpretes, músicos, produtores, arranjadores e técnicos de gravação. Em função dessa dupla existência da música gravada – enquanto composição e enquanto fonograma – uma gravadora musical normalmente possui uma editora a ela associada que responde pelos direitos de edição das músicas que são gravadas⁶. Assim, ao longo de sua história, as grandes gravadoras, as chamadas *majors*, acabaram acumulando a propriedade de milhões de fonogramas e de seus direitos de edição, o que lhes permitiu auferir lucros tanto a partir da veiculação das músicas em rádio, TV e shows, como a partir da utilização dos fonogramas em filmes, da regravação de obras musicais e, é claro, do seu relançamento em novos suportes musicais. E além de garantirem leis que lhes permitiram manter os direitos sobre os fonogramas por até 70 anos após a sua gravação, alguns dos contratos de edição impostos aos artistas lhes asseguraram direitos vitalícios sobre suas obras⁷.

O vinil e o K7

Embora o padrão de 45 rpm nunca tenha se firmado, a prática da produção de compactos acabou por se estabelecer também com o 33 1/3. Na Europa e nos EUA esse padrão teve grande penetração, principalmente junto aos jovens consumidores dos anos

⁶ A gravadora Warner Música, por exemplo, possui a editora Warner Chappel, A EMI possui a EMI Music Publishing, etc.

⁷ Embora os contratos de edição evidentemente garantam ao artista uma parte significativa dos ganhos auferidos com regravações ou outras formas de uso da obra, o efetivo controle sobre as mesmas mantém-se com a empresa, que tem o poder de determinar quem pode ou não gravá-la e se a cede ou não para uso publicitário.



50 e 60, estando fortemente ligado aos anos iniciais do rock and roll. O suporte não apenas serviu para incorporar ao mercado um público de menor poder aquisitivo como alimentou a febre das *jukebox* (as máquinas automáticas alimentadas por moedas que permitiam a reprodução de músicas escolhidas), expandindo as possibilidades de lucro do negócio da música gravada.

Mas a relação entre o compacto e o LP acabou tendo um significado mais profundo do que esse para a indústria. Tradicionalmente, o compacto corresponde a um consumo mais imediatista, ligado muito mais à música do que ao artista. Assim, um compacto podia vender muito bem num determinado momento mas o artista responsável por ele não se fixar junto ao gosto do público e logo desaparecer. 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. Enor Paiano aponta que 1968 foi o primeiro ano em que as vendas de LPs de rock superaram as de compactos no mercado britânico (PAIANO, 1994, p. 188). O LP *Sgt. Pepper's Lonely Hearts Club Band*, dos Beatles, havia sido lançado no ano anterior e certamente teve parcela significativa nesses números. O disco foi o primeiro a ser produzido pelos Beatles depois de sua decisão de não mais fazer apresentações ao vivo e se utilizou de recursos técnicos que tornavam impraticável sua reprodução no palco. Isso implicou numa autonomia inédita para a música gravada e para o disco, já que nessa obra os Beatles se aproximavam da idéia de álbum conceitual, que seria radicalmente explorada na década seguinte por bandas como Pink Floyd e Alan Parsons Project, por exemplo.

No caso brasileiro, embora o compacto aqui nunca tivesse sido um padrão dominante, as trilhas de novelas e coletâneas de sucessos de rádios FM fizeram essa função nos anos 70. Embora essas coletâneas trouxessem muitas músicas que tiveram vasta repercussão nas rádios e na TV, elas nem sempre garantiram continuidade para a carreira de seus intérpretes. Um exemplo interessante é o daqueles que denomino como cantores pseudo-internacionais, artistas brasileiros que cantavam em inglês e frequentemente se passavam por artistas internacionais. Dentro dessa linha, nomes como Light Reflexion, Terry Winter, Tony Stevens e Morris Albert, entre outros, figuraram em trilhas de novelas da Globo entre 1973 e 1985, pelo menos, alcançando grandes vendas de discos. Porém, nos anos seguintes, nenhum deles manteve uma carreira consistente.

Além disso, ao menos no Brasil, temos condições de afirmar que o processo de substituição tecnológica do 78 rpm pelo LP não ocorreu de forma sincrônica. Isso

acabou permitindo que uma gravadora como a paulistana Chantecler, por exemplo, voltada exclusivamente para o mercado popular (através de nomes como Teixeira, Palmeira e Biá, Cláudio de Barros, Leila Silva, Edith Veiga, e Marta Mendonça, entre outros) acabasse aumentando suas vendas justamente por adiar sua transição para o LP, mantendo uma oferta de discos de 78 rpm a uma faixa de consumidores que ainda não tinha condições de adquirir os novos aparelhos reprodutores⁸.

Mas no final dos anos 60, surgiria um novo suporte musical gravável, eficiente e acessível, que iria dividir o mercado com o vinil. Os chamados *compact cassettes* começaram a ser comercializados pela Philips em 1969. Apresentavam inúmeras inovações e vantagens em relação aos toca-discos: facilidade de transporte e armazenamento das fitas, recursos de avanço e retrocesso e, acima de tudo, a possibilidade de gravar e regravar sons. Assim, “em 1970, as fitas cassette representavam perto de 1/3 das vendas de música gravada e, em 1971, o valor total dos gravadores cassette vendidos era superior ao dos toca-discos” (TOLL, 1982, p. 74). Embora algumas empresas tivessem apresentado resistências iniciais à introdução da fita cassette, temendo a possibilidade da gravação doméstica substituir a compra de suportes, o fato é que ela na verdade significou uma enorme ampliação dos espaços de consumo de suportes musicais, principalmente em função da criação de novos equipamentos reprodutores. A Sony, por exemplo, introduziu o walkman no mercado no final dos anos 70 e, em oito anos, ela havia vendido 35 milhões de unidades do aparelho (YÚDICE, 1998).

Simultaneamente, o cassette abriu possibilidades inéditas para a produção musical em regiões periféricas. Peter Manuel, por exemplo, 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 milhões, em 1980, para US\$ 12 milhões em 1986” (MANUEL, 1993, p. 64). A significância disso, argumenta Manuel, não está apenas no aumento das vendas, mas na diversificação da mídia comercializada que o acompanhou. A participação das trilhas sonoras dos filmes Hindi no mercado declinou, no período, de 90% para 40% e “um vasto e diversificado corpo de música regional, pan-regional, devocional e secular surgiu como nova forma de música

⁸ Conforme depoimento prestado ao autor por Biaggio Baccarin, ex-diretor artístico da gravadora, em maio de 2008.



popular” (Idem, p. 15)⁹. Caracterizou-se, assim, uma situação na qual o aparato tecnológico foi decisivo na criação das condições necessárias para o desenvolvimento da indústria. E mesmo em grandes centros urbanos um efeito desse tipo pôde ser sentido, já que a fita cassete possibilitou também a produção e distribuição musical independente de segmentos marginais desses mercados como, por exemplo, o do *rock alternativo*.

Adicionalmente, ao menos no Brasil, a introdução fita cassete acabou impulsionando também a pirataria de suportes. A fita chegou aqui em 1970 e, já em 1974, estimava-se que as gravadoras tinham utilizado apenas quatro dos 11 milhões de unidades produzidas no país, sendo boa parte dos sete milhões restantes utilizado em práticas de pirataria, fosse em escala comercial ou doméstica (IDART, 1980, p. 123). O fortalecimento do formato – a partir do surgimento dos walkmans, dos “três em um” e dos tapes para veículos – aumentou grandemente a participação dos cassetes no volume global de vendas da indústria, possibilitando um rápido crescimento também da atividade dos piratas. E apesar das iniciativas empreendidas pela ABPD em conjunto com a Polícia Federal a partir de 1975, a pirataria em cassetes cresceu até atingir proporções incontroláveis ao longo das décadas seguintes. Se em 1986, o total de unidades de cassetes legais vendidos era equivalente a aproximadamente 50% do total de LPs, dez anos depois esse número tinha caído para pouco mais de 5% do total das vendas de CDs, que se tornara o formato dominante no mercado (ABPD, 1997, p. 15). Em 1997, a ABPD estimava que o comércio de cassetes ilegais no país girava em torno de 60 milhões de unidades, das quais 50% seriam produzidas fora do Brasil, ingressando em seu território através do Paraguai (IDEM, p. 14). Naquele ano, a indústria fonográfica brasileira comercializou menos de um milhão de cassetes e, a partir do ano seguinte, praticamente abandonou o formato¹⁰.

O CD

⁹ O autor atribui até mesmo a derrota eleitoral do Partido do Congresso, em 1989, ao fluxo de informação e cultura possibilitados pelo cassete e pelas gravações de vídeo em VHS na Índia.

¹⁰ *No mercado de fitas cassetes, não há mais espaço para os produtos originais*, O Estado de São Paulo, 19/07/1999. Vale assinalar que, nesse mesmo período, as vendas de cassetes ainda tinham peso razoável inclusive no mercado norte-americano, onde em 1999 foram vendidos 130,1 milhões de cassetes para um total de 1.005,6 milhões de CDs. No mercado mexicano, que apresentou naquele mesmo ano um faturamento bastante próximo do brasileiro, as vendas foram de 19.7 e 52.9 milhões de unidades, respectivamente.



Embora a primeira apresentação do *compact disc* ao público tenha ocorrido em 1979, a sua introdução no mercado dos países centrais ocorreu apenas em 1982, com o suporte sendo lançado simultaneamente pela Sony e pela Philips. O sucesso do novo equipamento foi extraordinário: o comércio de LPs foi praticamente extinto em quatro anos no mercado japonês e em seis no mercado norte-americano. No Brasil, a consolidação do suporte só se deu a partir da década de 1990 e particularmente a partir de 1994, com o início do Plano Real. Mas teve um efeito vigoroso sobre o mercado, com a substituição de suportes ajudando a alavancar o extraordinário crescimento experimentado pela indústria no período, que teve o melhor ano de sua história em 1996. Esse aumento das vendas de discos era, evidentemente, acompanhado pelo de aparelhos reprodutores que experimentou, apenas em 1995, um crescimento de 41% em relação ao ano anterior¹¹. E segundo Roberto Bar, vice-presidente executivo da EMI, a cada aparelho reprodutor vendido equivalia o consumo de 10 novos CDs¹². Assim, em 1997, o melhor ano de sua história, no auge do processo de substituição do vinil pelo CD, a indústria fonográfica brasileira atinge a marca de 107.9 milhões de suportes vendidos que a colocava, naquele momento, na posição de sexto mercado mundial. E esse número era obtido exclusivamente através da venda de CDs (IFPI, 2005, p. 158).

Mas vale destacar que, para o mercado mundial, o CD era o substituto do LP e não da fita cassete. As tentativas de consolidação junto aos consumidores de um suporte digital gravável tiveram início em 1990 com o lançamento do DAT - Digital Audio Tape. Porém, muito provavelmente em função de seu alto custo, o DAT jamais se firmou como equipamento de uso doméstico, tornando-se padrão durante alguns anos apenas em áreas profissionais como a de produção musical (onde foi utilizado para a mixagem das matrizes de gravações). Posteriormente, 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 digital que também aceitava fitas cassete convencionais. Já a Sony investiu no Minidisc (MD), que operava com discos óticos regraváveis. A Sony, através de sua gravadora, chegou a lançar diversos títulos musicais em CD, cassete e MD mas, como o DAT, o aparelho encontrou mais uso – e alguma

¹¹ *A explosão do show bizz*, Revista Exame, 10/04/1996, p. 36.

¹² *A explosão do mercado fonográfico*, Jornal do Brasil, 13/10/1994



sobrevida – a partir da sua utilização em atividades de produção, especialmente no meio radiofônico.

O papel de substituto da fita cassete, ao menos entre os suportes físicos, acabou sendo assumido pelo CD em versão gravável. Os primeiros aparelhos de gravação de CDs, que antecederam os drives de computador, foram lançados pela Philips em 1997 e entendo que o lançamento desse suporte não trouxe nenhum ganho significativo para a indústria do disco pois, ao contrário da fita cassete, do MD ou do DAT, não criava a necessidade de compra de um segundo suporte gravado para uso em equipamentos de áudio automotivos ou portáteis. Ao mesmo tempo, ele evidentemente abria a possibilidade para a gravação de compilações ou mesmo de cópias de discos originais. Mas entendo que essa questão nos leva novamente à discussão da integração hardware/software e de seus desdobramentos ao longo da história da indústria.

A integração hardware/software

Embora a integração hardware/software tenha sido necessária para o desenvolvimento da indústria em suas fases iniciais, Flichy sugere, escrevendo na década de 70, que posteriormente as empresas “abandonaram as atividades bidirecionais em favor da difusão unidirecional, com o objetivo de alcançar mais rapidamente um mercado de massas (...e) atualmente os empresários da eletrônica podem apoiar-se no software existente (disco, rádio, televisão) para comercializar suas novas tecnologias” (FLICHY, 1982, p. 123). Fortalecendo essa afirmação, o autor aponta que, dos dez editores fonográficos mais importantes, apenas dois, Philips e RCA, haviam mantido a integração das atividades de produção de hardware e software, e esta “integração não parecia constituir vantagem decisiva com respeito aos outros grupos” (FLICHY, 1982, p. 41).

Mas entendo que esse cenário não se manteve em anos posteriores. Para Garofalo, por exemplo, ao longo da década de 80, “seis companhias mantiveram o controle sobre 2/3 do mercado mundial. Cada uma delas é, ainda, dona de um vasto conglomerado transnacional: a EMI Records é divisão da britânica Thorn-EMI, que também controla a Capitol, a Crisalis, a IRS e a Rhino, entre outras. A Polygram, que inclui a Polidor, a Deutsche Gramophon, a Mercury e a Decca, bem como as recentemente adquiridas A&M e Island, é propriedade da Philips. O conglomerado alemão Bertelsman comprou a gravadora RCA e seus selos filiados. Em 1987, a Sony



comprou a CBS (agora Sony Music) por US\$ 2 bilhões” (GAROFALO, 1993, p. 24). Temos ainda a WEA (Warner/Electra/Atlantic), uma divisão da norte-americana Time-Warner, que associou-se em 1991 com a Toshiba e a C. Itoh em um negócio de US\$ 1 bilhão e, completando a lista, a Matsushita, que através do negócio de US\$ 6,6 bilhões feito com a MCA, em 1990 (negócio que incluiu a Geffen Records e a Motown), tem também atuado no mercado fonográfico internacional (idem, p.24). Desse modo, dos seis grupos citados, pelo menos quatro estavam associados a fabricantes de tradicionais de equipamentos como Philips, Sony, Matsushita e Toshiba. Esse quadro parece sugerir que, em período posterior ao analisado por Flichy, possuir reservas de software que pudessem ser rapidamente distribuídas nos novos formatos desenvolvidos pela empresa pode ter voltado a significar uma considerável vantagem estratégica na luta pelo controle sobre o mercado. Pois, como afirma Renato Ortiz, “a forma ‘conglomerado’ é uma resposta às exigências do mercado (...). Concentração significa controle. (...E) controle, monopólio e tolhimento da liberdade surgem como traços intrínsecos ao processo de mundialização”¹³.

Porém, ao lançar o CD gravável, a Philips parece ter demonstrado a existência de um importante tensionamento nessa dinâmica de concentração hardware/software, já que naquele momento seus interesses como produtora de equipamentos pareciam caminhar num sentido oposto aos de sua gravadora. Tanto que, no ano seguinte, essa última acabou vendida, tornando-se a base da Universal Music.

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 novo significado a partir do surgimento do formato Mp3 e, através dele, da possibilidade da distribuição digital de música. A primeira observação sobre o suporte é a de que ele não foi planejado para a distribuição musical e que seu uso nessa área demonstrou, assim como no episódio do CD gravável, a perda do controle da indústria sobre os rumos da inovação tecnológica. O Mp3 surgiu, ainda em 1992, como uma das conseqüências do desenvolvimento do DVD¹⁴ e permitiu a digitalização de áudio em arquivos muito

¹³ ORTIZ, Renato - *Mundialização e Cultura* - op. cit. - pág. 165/166

¹⁴ As características do DVD foram definidas por um consórcio de fabricantes liderado por Sony, Philips, Warner e Matsushita. As principais dificuldades técnicas envolvidas no projeto – como a criação de



menores do que os obtidos com o WAV, o formato anteriormente utilizado. A popularização de seu uso como formato de troca de arquivos musicais na Internet ocorreu a partir de 1997 com a criação, por Justin Frankel, de 17 anos, do *Winamp*, um software que permitiu a reprodução dos arquivos Mp3 em ambiente Windows¹⁵. Coube a Shawn Fanning, em 1999, criar o *Napster*, um programa que possibilitava a visualização e a troca dos arquivos contidos nos HDs dos computadores de usuários conectados à rede e que, ao que parece, acabou lançando o conceito de rede social na internet. 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* acabaram orientando suas estratégias de fusão visando a venda de conteúdo pela web e a desmaterialização dos suportes. Esse foi o caso tanto da fusão da *AOL-Time Warner* quanto da criação do grupo *Universal*¹⁶.

O fracasso inicial dessas grandes empresas em consolidarem o comércio de música on line foi um dos fatores a deflagrar a grande crise que se abateu sobre o setor a partir do final da década de 90. Por aquele período, a RIAA (a Associação da Gravadoras Norte-Americanas) 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 download de músicas, deixando de comprar discos”¹⁷. Em 1999 calculava-se que mais de “500.000 músicas circulassem clandestinamente pela rede”, estimando-se que “50 milhões de computadores já estariam tocando músicas em MP3”¹⁸.

A crise se agravou ao longo da década de 2000, mas durante a sua segunda metade pôde ser verificada uma mudança no cenário da indústria. Em primeiro lugar, é evidente o declínio das vendas mundiais de CDs, o que parece significar que estamos chegando ao fim do ciclo de vida desse suporte. Simultaneamente, tivemos um crescimento tanto das vendas on line de música e de DVDs musicais, especialmente de

discos óticos de maior capacidade e o desenvolvimento de formatos mais compactos para a digitalização de áudio e vídeo – foram discutidas por especialistas reunidos em um comitê denominado MPEG – Moving Picture Experts Groups. O MPEG1 – Layer 3, ou MP3, foi o formato desenvolvido para a digitalização de áudio.

¹⁵ 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, 06/10/1999.

¹⁶ A AOL Time Warner congregou a rede de cabos televisiva e os conteúdos de música, vídeo, filmes e publicações da Tima Warner com o portal da America On Line. O Grupo Universal, de capital francês, uniu música, cinema e vídeo com a rede de televisão a cabo européia Canal + e o portal de internet Vizzavi.

¹⁷ *Prepare-se: a indústria começou o contra-ataque on line*, Folha de São Paulo, 22/07/1999.

¹⁸ Revista da Web, n.2, <http://www.uol.com.br/revistadaweb/02/mp3.html>



registros de shows ao vivo. No campo das vendas on line, a primeira iniciativa realmente bem sucedida deveu-se 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 daquele mesmo ano¹⁹. O sucesso do projeto relaciona-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 bilhões de dólares em 2004 para 2.9 bilhões em 2007²⁰.

Em relação aos DVDs, sua venda é registrada pelo IFPI (Federação Internacional da Indústria Fonográfica) desde 2001. E os números demonstram um rápido crescimento mesmo ante a constante queda das vendas globais da indústria²¹.

Conclusões

São várias as possibilidades de análise para todo esse processo. Em primeiro lugar, em relação à música on line, ele parece apontar para um novo desdobramento na relação hardware/software, com a associação de players de arquivos de áudio e vídeo digital, assim como telefones celulares que incorporam cada vez mais essas funções, a uma rede de distribuição digital – via web ou telefonia móvel. Com isso, empresas produtoras de aparelhos telefônicos associadas a serviços de telefonia, e empresas produtoras de players associadas a lojas virtuais, tornaram-se importantes empresas do setor – talvez suas novas *majors* – mesmo sem possuir gravadoras! Nesses termos, a música parece em vias de se tornar um serviço e não mais um produto numa situação em que importa muito mais o fluxo, a rede de disponibilização, do que propriamente a produção. Assim, talvez a relação hardware/software esteja agregando um outro elemento – a rede de distribuição – como importante elemento da equação no âmbito da desmaterialização dos suportes. Nesses termos, seria importante uma nova reflexão

¹⁹ IFPI On Line Music Report 2004, <http://www.ifpi.org/content/library/digital-music-report-2004.pdf>.

²⁰ IFPI Digital Music Report 2008, <http://www.ifpi.org/content/library/dmr2008.pdf>.

²¹ As vendas de vídeos musicais, em unidades, foram de 80 milhões em 2001, 110 em 2002, 154 em 2003 e 186 em 2004. Nesse período, as vendas de CDs caíram de 2.310 para 2.118 milhões de unidades (IFPI, 2005: 160).



acerca da estrutura tradicional da indústria, considerando-se inclusive as importantes mudanças ocorridas recentemente com algumas das *majors* tradicionais²².

Além disso, o crescimento das vendas de DVDs demonstra que, também no campo dos suportes, a convergência digital e a crescente integração entre áudio e vídeo parecem se tornar tendências cada vez mais marcantes no mercado musical. Assim, seria interessante pensar se, em termos de suportes musicais, o grande substituto do CD não estaria sendo, num primeiro momento o DVD, que passaria a responder inclusive pelo fortalecimento da imagem do artista enquanto a distribuição on line fica, talvez, mais próxima da função do compacto. Considero aqui o DVD enquanto o substituto do álbum não no sentido da sua integridade como suporte, já que os video-clipes isolados podem ser facilmente distribuídos. Minha referência aqui à noção de totalidade e integração das faixas vem do show que ele registra.

Simultaneamente, seria preciso investigar também a não sincronidade na renovação tecnológica, considerando a existência de segmentos musicais ligados a setores de menor poder aquisitivo para os quais a posse um player digital – que necessariamente deve ser associado ao uso de computador e da web ou, ao menos, de um serviço de downloads oferecido por operadora de telefonia móvel – ainda não é uma possibilidade concreta. Nesses espaços, as vendas de artistas autônomos ou gravadoras independentes podem ainda ser baseadas em CDs (ou mesmo DVDs) gravados de forma semi-profissional e distribuídos pelo comércio informal (que em vastas regiões do país tornou-se a única fonte disponível de música gravada).

Outro tema de discussão que me parece importante é o da crescente perda de controle da indústria musical sobre a mudança tecnológica, que talvez tenha se constituído no principal fator para a crise das grandes empresas do setor. O advento do CD gravável e a popularização do Mp3 como formato de distribuição musical não só ampliaram os problemas com a pirataria e a distribuição ilegal, como aumentaram as possibilidades de atuação tanto para pequenas gravadoras e artistas autônomos – já que as *majors*, desde pelo menos os anos 90, mantiveram seu predomínio sobre o mercado a

²² A BMG associou-se à Sony Music, em 2004, criando a joint venture Sony-BMG. Em 2008, a Sony anunciou a conclusão de um acordo de compra da participação da Bertelsmann na empresa e a marca BMG desapareceu do mercado fonográfico. A gravadora resultante da fusão, a segunda maior do mundo, passou a se denominar Sony Music Entertainment Inc (SMEI). A EMI, depois das incertezas e propostas de fusão do final da década, acabou adquirida em 2007 pelo fundo de investimentos Terra Firma, especializado na reestruturação de empresas de grande porte. Destino semelhante teve a Warner Music, desmembrada do grupo e vendida para um fundo de investimentos privados norte-americano ainda em 2003, tornando-se ela também uma empresa de orientação única.



partir, principalmente, do controle sobre as vias de distribuição e divulgação musical (Vicente, 2008). Vale lembrar, nesse 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 autônomas.

Finalmente, entendo que outro tema que pode ser derivado dessa discussão é o do recente aumento da vendagem de LPs e do surgimento de diversos projetos especiais envolvendo suportes musicais (como boxes, CDs agregados a objetos relacionados ao artista, pacotes contendo CD, DVD e LP, etc). Entendo que essa estratégia da indústria tende não apenas agrega valor ao suporte, mas também o diferencia do mero conteúdo musical, que pode ser obtido através da internet. Assim, talvez o suporte esteja se tornando mais um item de coleção do que propriamente um meio de distribuição musical. O recente aumento da venda de LPs, registrado por inúmeros mercados, parece-me um indicativo dessa tendência.

Com essas questões, tento não apenas iniciar uma reflexão mais atualizada sobre os rumos da indústria como apresentar a idéia de que discutir sincronias, assincronias e a substituição dos suportes musicais ao longo da história pode nos oferecer uma importante chave para a discussão da história da indústria e para uma reflexão acerca de suas tendências futuras.

Referências Bibliográficas

ABPD. **O Mercado Brasileiro de Música, 1997**. Rio de Janeiro: ABPD, 1998.

FLICHY, P. **As Multinacionales del Audiovisual**. Barcelona: Ed. Gustavo Gilli, 1982.

FRITH, S. The Industrialization of Popular Music in James Lull (org.) **Popular Music and Communication**. London: Sage Public. Inc.: 1992.

GAROFALO, R. Whose world, what beat: The Transnational Music Industry, Identity and Cultural Imperialism”. In: **Music of the world - Journal of the International Institute for the Traditional Music (IITM)**, nº35(2). Berlin: 1993, p. 16-32.

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 and Chicago: University of Chicago Press, 1993.

ORTIZ, Renato. **A Moderna Tradição Brasileira**. São Paulo: Brasiliense, 1988



PAIVA, J. E. R. **Uma Análise Crítica da Relação Música/Tecnologia do Pós-Guerra até a Atualidade**. Tese de mestrado não publicada. Campinas: UNICAMP, 1992

TOLL, R. C. **The Entertainment Machine**. Oxford: Oxford Press University, 1982.

VICENTE, E. A vez dos independentes(?): um olhar sobre a produção musical independente do país. In: **Revista E-Compós**, v.7. Brasília: 2006, p. 1-19.

YÚDICE, G. **La Industria de la Musica en el Marco de la Integración América Latina – Estados Unidos**: Conferência apresentada no seminário “Integración Económica e Industrias Culturales en América Latina y el Caribe”. Buenos Aires: jul/1998. Texto fornecido pelo autor