

## **Indústria fonográfica, trabalho e a tecnologia MP3<sup>1</sup>**

Bruna TÁVORA<sup>2</sup>

Verlane SANTOS<sup>3</sup>

Universidade Federal de Sergipe, UFS

### **RESUMO**

A chegada da tecnologia MP3 no mercado de produção musical marca uma transformação no modo de consumo e na forma do trabalho desempenhada no interior da indústria cultural da música. A introdução desta nova tecnologia está inserida no processo de expansão da microeletrônica e das Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs) como marco técnico-produtivo da sociedade contemporânea. As interações advindas dessas mutações podem ser identificadas nas transformações do trabalho desempenhado pelo músico no processo de produção e consumo da indústria fonográfica.

**PALAVRAS-CHAVE:** indústria fonográfica; economia política da comunicação e da cultura; trabalho; tecnologia.

### **INTRODUÇÃO**

Desde o surgimento da microeletrônica nas décadas de 60 e 70 e do desenvolvimento das Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs), a cadeia produtiva da música tem tido seus processos de trabalho e sua organização alterada.

A migração do modelo industrial baseado na eletro-eletrônica para o modelo industrial baseado na micro-eletrônica, como aponta os estudos de Carlota Perez(1986), deu início a um novo marco técnico-produtivo da sociedade marcado pela dispersão das tecnologias de produção entre os trabalhadores.

No campo da produção musical, as tecnologias disponíveis para a realização das etapas da cadeia produtiva do setor (produção/comercialização/distribuição), outrora restritas às indústrias fonográficas, passaram a encontrar-se difusas na sociedade, podendo ser utilizadas e apropriadas pelos trabalhadores culturais. Isto vem contribuindo para uma redefinição da natureza do trabalho desempenhado por estes trabalhadores.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na Divisão Temática Estudos Interdisciplinares da Comunicação, da Intercom Júnior – VII Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

<sup>2</sup> Estudante de Graduação 5º. semestre do Curso de Audiovisual - UFS, email: [tavora.bruna@gmail.com](mailto:tavora.bruna@gmail.com).

<sup>3</sup> Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Economia da UFS, email: [velorca2010@gmail.com](mailto:velorca2010@gmail.com).

Ao passo que esta mudança no marco técnico-produtivo industrial avançava, a consolidação da tecnologia MPEG Layer 3 (MP3) junto à digitalização dos processos de transferência/armazenamento do fonograma e o desenvolvimento da internet também contribuíram para mudanças no setor da indústria cultural da música.

Este artigo pretende investigar de que modo o processo de trabalho desempenhado pelos músicos tem sido alterado frente à ampliação do acesso das TICs, tecnologia que permite aos trabalhadores produzir o conteúdo musical sem a mediação com as gravadoras e frente à expansão e consolidação do MP3 nos modos de consumo da música.

### **A reestruturação da indústria fonográfica: dos bolachões ao consumo de música em bits**

Em princípio, a música só poderia ser fruída coletivamente: em casas de espetáculo, teatros ou em execuções públicas ao vivo. A chegada do fonógrafo e dos discos de vinil, no início da década de 10, alterou a relação de consumo dos sujeitos com a música, uma vez que permitiu o consumo privado deste bem de cultura.

Daí então, as alterações passaram a girar em torno dos formatos de armazenamento e da tecnologia disponível para produção e reprodução. Disco de 78 rotações por minuto, em seguida, a chegada dos “*bolachões*”, a criação do CD, no início da década de 80, a transformação dos dados em *bits* digitais e, por fim, o surgimento do formato MP3.

A criação da extensão MPEG Audio Layer 3, popularmente conhecida como MP3, inserida no processo de avanço das TICs e da internet, revolucionaram o setor de produção, reprodução e, principalmente, o setor de distribuição de música. A chegada do MP3 no ano de 1992 no ambiente virtual provocou transformações nos processos produtivos e distributivos dos fonogramas alterando a estrutura de um mercado hegemônico: o mercado das gravadoras de músicas.

Sobre a expansão do MP3, Prestes Filho ressalta que “todo o negócio da distribuição sofre impactos de forma direta, afetando indiretamente os setores de produção” (2004, p. 36). Estas transformações alteram o paradigma técnico-produtivo da produção de música e vem gerando novas articulações e estratégias econômicas.

Além do desenvolvimento do MP3, pode-se destacar que a livre troca de música via internet e o desenvolvimento de hardwares de reprodução de CDs contribuíram para uma reorganização do mercado fonográfico que, até o final da década de 90, manteve o disco como elo principal de organização da cadeia produtiva do setor.

Com a expansão da internet, muito rapidamente a música se adequou ao novo meio, tornando-se um dos tipos de informação de maior tráfego na rede. O formato digital das gravações musicais se desenvolveu tanto nos últimos anos que nas várias áreas envolvidas convencionou-se falar em “música gravada”, e não mais simplesmente em discos. (DIAS, 2010, p.166)

O surgimento do MP3 reduziu o consumo de CDs provocando uma reestruturação em toda a economia da música gerando impactos. Teixeira Jr destaca que “em 2011, o total de MP3 em circulação na rede tenha sido uma vez e meia maior que o total de CDs vendidos em todo mundo: 2.5 bilhões de unidades” (2004, p. 13).

A ampliação do acesso à internet e a ampliação de troca de dados entre usuários possibilitou que o consumo de música em formato MP3 fosse expandido. Com o advento da microeletrônica, a venda de computadores pessoais e equipamentos de gravação foram popularizados o que possibilitou um aumento da produção em si, potencializando também a distribuição e o consumo no mercado da música.

O processo passa por uma simplificação considerável, além do que o artista também detém o controle imediato sobre seu trabalho, acompanhando cada fase elaborada. Desde a gravação em estúdio até a etapa final de venda, o grupo ou artista pode, através dos recursos oferecidos, sobretudo de formatos como o MP3, disponibilizar suas músicas pela Rede com qualidade técnica comparável ao CD. (BANDEIRA, 2007, p.7)

Deste modo, a mudança do paradigma da cadeia produtiva da música vem se alterando e provocando uma reestruturação na organização dos trabalhadores culturais envolvidos e no tradicional esquema das indústrias fonográficas.

Dentre as transformações, Hershman destaca que o surgimento do MP3 gerou um decréscimo na arrecadação das gravadoras com a venda de discos e que novas formas de arrecadação financeira foram se desenvolvendo:

No funcionamento tradicional da indústria fonográfica, a maior parte dos benefícios obtidos por atuações ao vivo ia parar nas mãos dos artistas, enquanto, as gravadoras alimentavam suas vendas de

gravações em suportes físicos. Essa clássica divisão também está sendo redefinida: tendo em vista a crise do suporte físico de gravação, as companhias denominadas “fonográficas” ou “gravadoras” estão desenvolvendo áreas de negócios ou empresas “irmãs” voltadas especialmente para a gestão de carreiras artísticas. (HERSCHMANN, 2010, p.27)

Outro aspecto relevante na difusão do consumo em MP3 foi o desenvolvimento de softwares de compartilhamento de músicas. A apropriação da tecnologia disponível gerou um dos principais marcos na consolidação do MP3 e na reestruturação do consumo de fonogramas.

O software Gnutella, criado no ano 2000, e o Napster, criado no ano de 1997, desenvolvidos por Justin Frankel e Shawn Fanning respectivamente, foram responsáveis pela consolidação de um modelo de consumo de música que suprimira as etapas de distribuição e comercialização da cadeia produtiva do setor. Aquela garantia a troca de dados entre usuários conectados em rede que se comunicavam entre si e foi largamente reproduzido, distribuído e aperfeiçoado.

O grande impacto da internet na distribuição de músicas se deu inicialmente através das redes de compartilhamento de arquivos virtuais, as chamadas redes P2P, principalmente com a introdução do Napster, em agosto de 1999, seguido de diversos outros programas semelhantes (como Kazaa , BitTorrent, eMule ,Limewire etc. (LEÃO e NAKANO, 2009, p.17)

A lógica do compartilhamento iniciou um novo conceito de uso em rede, chamado *Peer to Peer*\* (de par a par) P2P que garantiu o contato entre usuários sem a intermediação de uma central de distribuição de dados. “O sucesso desses programas resultou em uma maior disponibilidade de músicas na rede, já que, quanto mais pessoas conectadas aos peer-to-peer, maior é o acervo de músicas que podem ser passadas pelos mesmos” (CARVALHO e RIOS, 2009, p.79)

Sobre o funcionamento destes programas, Teixeira Jr aponta que desde o seu surgimento seu uso já era fácil o que fomentou a difusão de artistas e gêneros musicais não vinculados às gravadoras.

Seu uso já era descomplicado, fluido, auto-explicável. As buscas poderiam ser feitas segundo uma infinidade de parâmetros, desde o

---

\* Criado para caracterizar o conceito de fluxo de informação desenvolvido por Shawn Fanning quando da criação do Napster. Configuravam-se como trocas ocorridas entre computadores pessoais sem intermédio de centrais de informação.

nome do artista ou da música até o tamanho do arquivo; as transferências eram rápidas e descomplicadas. Com essas qualidades, o programa introduziu milhões de pessoas ao mundo MP3 (TEIXEIRA JR, 2004, p.53)

Ao passo que este novo paradigma foi se constituindo, as empresas fonográficas passaram a apresentar queda nas vendas dos CDs e retração de lucro, o que começava a indicar a obsolescência das antigas estratégias de mercado que tinham o CD como central no processo de estruturação da cadeia produtiva.

A disputa pelo controle político e econômico e, até mesmo a convergência de empresas do setor de música e internet, levou o mercado a adotar estratégias de proteção dos canais de distribuição, criminalização de *hackers*, campanhas contra a pirataria e criminalização desta, intensificação do controle sobre os direitos autorais e propriedade intelectual, imposição de regra nos serviços de download de músicas através de gerenciamento de direitos digitais, dentre outras.

A tentativa de manter velhas estratégias de mercado levou com que as grandes gravadoras não identificassem a chegada do MP3 como um ambiente de mercado a ser explorado.

Ao ignorar o que estava por trás do fenômeno MP3 – o mundo quer encontrar e trocar músicas pela internet – e preocupar-se apenas com a proteção de seus interesses econômicos, a indústria da música se afastou ainda mais dos artistas e consumidores. (TEIXEIRA Jr., 2004, p.13)

No entanto, após duas décadas, as estratégias das gravadoras já se voltam para a incorporação da música em MP3 nas ações de venda e distribuição. O desenvolvimento deste novo paradigma vem delineando uma nova trajetória onde a venda da música em MP3 é incorporado à cadeia produtiva do setor, de modo a garantir ganhos a partir de outras estratégias.

O desenvolvimento, contudo, de novas trajetórias tecnológicas em outro setor, agora chave no avanço do Capitalismo, o das telecomunicações, a partir do que Fransman (2001) denominou como Infocomunicação, introduziu um elemento novo que redesenhará as formas de disponibilização de conteúdo musical, colocando em cheque a maneira tradicional de reprodução de sons que a invenção do fonógrafo um século antes tinha imposto, a digitalização e com esta a convergência de mídias, que encontrará no avanço da telefonia celular, a partir principalmente da sua terceira geração (3G), e da Internet. (SANTOS, 2010, p.4)

As estratégias que objetivaram inibir o consumo e a expansão do formato MP3 tem sido remodeladas de modo a inserir o download e a livre troca de fonogramas dentro de macroestratégias de arrecadação financeira no setor da indústria fonográfica.

No tocante a esta reorganização dentro do mercado fonográfico. Santos também destaca:

a ampliação das gravadoras independentes, que se organizam ora no vácuo de atuação das grandes gravadoras, ora associando -se a estas, articulando-se a partir de novas lógicas em torno de estilos musicais, alguns historicamente marginalizados, como o samba e o choro e viabilizando-se economicamente dentro de novos nichos de mercado, como do tecnobrega . (idem)

No cerne das transformações, já podem ser delineadas características emergentes neste novo momento da economia da música como o crescimento da realização de shows e festivais, disponibilização de conteúdo musical exclusivo por parte de operadoras de telefonia celular e a perda da centralidade do disco na cadeia produtiva da música.

### **A questão do disco**

Desde a década de 10, quando a música passou a ser fruída em formatos físicos, o consumo da produção musical esteve atrelado à organização do produto do disco/álbum.

A carreira de um artista era comumente analisada e quantificada de acordo com a quantidade de discos vendidos tendo surgido, ao longo da história, premiações e certificações como ‘disco de ouro’ atribuído a artistas que vendiam 100 mil cópias, ‘disco de platina’ para a venda de 250 mil cópias e com 500 mil cópias vendidas o artista recebia o ‘disco de diamante’. Com a expansão do MP3, o número necessário para receber as certificações do disco caiu.

Segundo informação disponível no site da Associação Brasileira dos Produtores de Disco (ABPD, 2011) - os números, atualmente correspondem a 40.000, 80.000, 300.000 para disco de ouro, platina e diamante, respectivamente. Atualmente também foram criadas certificações para download de músicas na internet, que são 50.000 100.000 500.000 (vendas de unidades de música) de ouro, platina e diamante, respectivamente.

Além das certificações, o lançamento do disco/álbum por um artista/banda impulsionava uma série de ações de marketing como aparição em programas de TV, compra de espaços

em rádios, realização de promoção e eventos. Ações que divulgavam e difundiam o CD aumentando o custo e envolvendo uma série de profissionais na execução destas ações.

A perda da centralidade do disco reorganizou o mercado fonográfico e descentralizou a produção de música da indústria fonográfica. As metamorfoses ocorridas tanto no trabalho quanto nos modos de consumo dos fonogramas tem configurado novas práticas de produção e, desta forma, novas formas de produzir e distribuir música estão sendo constituídas.

A descrição e os apontamentos deste novo modelo, onde o disco não assume mais um papel central, ainda estão sendo delineadas, seus padrões ainda não podem ser traçados em definitivo mas sim, sob um prisma de constante modificação.

No tocante ao objetivo deste artigo, pretende-se investigar como estas mudanças impactaram o trabalho desenvolvido pelo músico uma vez que a chegada do MP3 e a perda da centralidade do disco põe em xeque a centralidade da própria indústria fonográfica no processo de produção musical desempenhado pelo trabalhador cultural e os processos de trabalho sofrem impactos e transformações.

### **Metamorfoses do trabalho da música na era da tecnologia MP3**

Para entender as mudanças ocorridas no trabalho do músico com a chegada do MP3, fez-se necessário compreender as relações de trabalho no setor da música durante o século XX, era de produção hegemônica das indústrias fonográficas.

A partir dos estudos da pesquisadora Luciana Requião (2008), pode-se compreender a mudança ocorrida nos processos de trabalho do músico quando da transição do feudalismo para o capitalismo. A autora destaca que a profissão de músico como trabalhador autônomo e liberal surge com a constituição do capitalismo no início do século XIX com o estabelecimento de um mercado de bens musicais, decorrente da tecnologia do armazenamento dos fonogramas, do mercado de música impressa e do surgimento de mercadorias comercializáveis. (REQUIÃO, 2008).

Até aquele momento, o trabalho do músico estava subordinando primeiramente à igreja, e em seguida, às cortes feudais, onde o músico fazia parte do universo de trabalhadores tendo seu status sócio-econômico igualado aos trabalhadores administrativos e servos.

Não havia um mercado que movimentasse a economia da música em torno do agente musical, pois, as opções de trabalho restringiam-se quase sempre às execuções ao vivo subordinadas ao gosto do clero e dos senhores feudais e o músico trabalhava de acordo com as exigências formais e estéticas do senhor feudal que tinha sua tutela.

Já no início do século XVIII, a decadência do sistema feudal e o surgimento do sistema capitalista passam a modular um mercado econômico diferenciado, com a presença de relações de compra/venda e surgimento de novas estruturas de trabalho no âmbito da música ampliando as formas de trabalho que o músico desempenhara até então.

Desta forma, a relação de trabalho do músico, antes restrita exclusivamente ao patrono, se amplia na medida em que passa a produzir para o mercado de compradores. Como afirma REQUIÃO (2008, p.79) “com o aprimoramento das técnicas de impressão musical e com o advento do concerto público – além das aulas particulares que já eram recorrentes –, o músico passa a poder contar com outras possibilidades de trabalho”.

Desta forma, a incipiente indústria fonográfica do século 19, permitiu o surgimento de um trabalho autônomo do músico baseado na reprodutibilidade técnica dos fonogramas, ou seja, na venda de produtos musicais, e na execução ao vivo remunerada, ou seja, na venda de serviços.

Com o desenvolvimento tecnológico do fonógrafo em 1877 por Thomas Edison, a música passa a ser fruída também em ambientes privados, fato que também imprime transformações nos processos de trabalho do músico uma vez que cria um novo produto a ser produzido: os fonogramas.

Neste sentido, podemos afirmar que a reprodução técnica de discos não apenas favorece a popularização de um determinado tipo de música, mas é exigida na popularização dessa música, como sugere Benjamin em relação ao filme, onde a técnica de produção funda a técnica de reprodução. Este deslocamento da música para os espaços privados, para a difusão pública e massiva (no rádio, por exemplo), obviamente, só foi possível graças às tecnologias de registro e reprodução com origem no fonógrafo criado por Thomas Edison em 1877. Até aquele momento, a presença física de músicos ou orquestras era indispensável à execução de obras musicais. (BANDEIRA, 2008, p.2)

Norbert Elias (apud REQUIÃO, 2008, p. 81) afirma que esta transformação nos objetivos da produção da música, que passaria a ser produzida para a comercialização e o consumo, marca uma transição no trabalho do músico: do músico artesão para o músico artista. Sobre essa transição, ele afirma que ““arte de artista” seria aquela “criada para um mercado de compradores anônimos, mediados por agências tais como negociantes de arte, editores de música, empresários etc.(...), [e onde pode haver] paridade social entre o artista e o comprador de arte”.

Esta transformação marca a introdução das relações capitalistas no setor da produção musical e irá inferir em todas as esferas da produção musical do artista – desde às relações de produção, passando pelo tipo de criação, adequação do produto ao mercado, dentre outros. (idem).

Assim, no início do século 19, o trabalho musical passa tanto por uma reestruturação das relações de trabalho: profissionalização de músicos, surgimento de novas profissões para o mercado de editoração/gravação, quanto pelo fomento de tipos específicos de produtos culturais, que passariam a ser produzidos para aceitação em um mercado amplo.

A partir de então, passa a ser estabelecido um modo de produção capitalista que passa a organizar a produção de música sob a lógica do mercado. A análise do avanço do capital no campo da cultura em geral e da música em específico recebe uma abordagem conceitual de análise denominada de Indústria Cultural.

O termo, cunhado pelos teóricos da Escola de Frankfurt Adorno e Horkheimer (1985), conceitua a produção de cultura e de bens simbólicos organizados conforme à lógica do capitalismo indicando que aspectos de ordem mercadológica estão assinalados nos processos produtivos de trabalho e consumo da música e da cultura.

A análise acerca da introdução das relações capitalistas no setor da cultura contempla a compreensão de que esta inserção cumpre funções sistêmicas e estruturais no interior do sistema capitalista, funcionando como “instâncias de mediação entre as necessidades de acumulação do capital e a reprodução simbólica do mundo vivido” (SANTOS apud LOPES, 2008, p. 24).

No âmbito da Economia Política da Comunicação e Cultura, utiliza-se o termo Indústrias Culturais. É um desdobramento do conceito proposto pelos teóricos da Escola de Frankfurt e demarca posicionamento crítico em relação a esta categoria sem, no entanto, descartar as contribuições relevantes desta.

Segundo Brittos e Miguel,

No singular, [o termo] caracteriza todo o processo de produção, circulação e consumo de bens culturais. Mas, como não se trata de um bloco homogêneo, existem várias indústrias culturais, ou melhor, setores, correspondentes a cada uma das mídias, e, no seu interior diversas organizações. [...] as indústrias culturais representam os diversos negócios em movimento, podendo ser denominadas de diversas formas, como organizações midiáticas, empresas de comunicação e indústria de mídia, dentre outras. (BRITOS E MIGUEL, 2001, p.5)

### **Indústria Cultural da Música e o trabalhador cultural**

Os processos produtivos de cultura, constituídos na Indústria Cultural durante todo o século XX, estiveram organizado a partir do modelo econômico industrial que orientou a produção e o trabalho dos músicos: o modelo fordista.

No campo da música, as especificidades do modo de produção capitalista no período fordista são expressas, dentre outros aspectos, pela fusão de grupos empresarias econômicos que passaram a dominar, em nível mundial, a produção de cultura no setor da música (as majors); pela divisão social do trabalho nas indústrias fonográficas que separa o trabalhador da música das decisões formais da produção e concepção artísticas; pela produção massificada dos bens orientando a venda em grande escala; e pela especialização do trabalho e conseqüente alienação do trabalhador do processo de produção total, ficando este restrito ao exercício de funções específicas e determinadas.

No entanto, este modelo de produção da música vem se alterando e o trabalho desempenhado pelo trabalhador também. Em âmbito geral, em decorrência das crises próprias do sistema econômico, a sociedade contemporânea viu ser modificada a tradicional empresa capitalista, hegemônica durante todo o século XX, e, assim, viu também ser reorganizado o modo de venda e consumo de música.

Em parte, essas transformações tem se dado a partir ascensão da informação como mercadoria e a prevalescência de seu valor de troca em relação ao seu valor de uso, configurando assim um novo estágio de acumulação capitalista.

Trata-se, portanto, de um novo tipo de empresa: a empresa informacional - caracterizada pela prestação de serviços especificamente voltados às necessidades de acessibilidade, comunicação e informação (provedores de acesso à rede, hospedagem de conteúdo, correio eletrônico, grupos de interesse, salas de bate-papo, mecanismos de busca, comércio eletrônico, dentre outros). Ou seja, empresas que funcionam e obtém lucro com a manipulação (produção/processamento/distribuição) de informações. (MONTEIRO, 2008, p.2)

Neste novo estágio de acumulação, os processos de trabalho também sofrem modificações e se reestruturam diante da racionalidade tecnológica própria desta era informacional: o surgimento da informática e das Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs) como dinamizadoras dos processos produtivos da sociedade.

Dentre as metamorfoses que podem ser citadas, destaca-se a crescente intelectualização dos processos produtivos que impõe ao trabalhador o dispêndio de trabalho mental para a elaboração do trabalho e a apropriação de sua capacidade cognitiva e intelectual (BOLAÑO, 2000). Disto decorre a exigência por uma mão de obra cada vez mais flexível e intelectualizada, multiespecializada e que tenha capacidade de interagir e atuar em diferentes etapas do processo produtivo.

No campo da música, esta tendência também é operada e pode-se ver isso a partir do crescente número de artistas que desempenham diferentes etapas do processo de produção (diagramação, divulgação, dentre outras) estas que extrapolam o trabalho do músico e são proporcionadas a partir do acesso à internet, do surgimento do MP3, dentre outros aspectos.

Esta é uma mutação relevante no processo de trabalho do músico uma vez que a especialização do trabalho operada nas indústrias fonográficas perde espaço para um

trabalho com exigências flexíveis provocando alterações nos processos de trabalho que tinham a especialização como característica formal.

Neste ponto destaca-se o caráter contraditório desta reorganização do trabalho do músico que, ao mesmo tempo que intensifica a jornada de trabalho desempenhada pelo trabalhador exigindo que este desempenhe etapas que não seriam de sua alçada, possibilita também a participação do artista em múltiplas etapas do processo de produção permitindo uma maior autonomia e participação do músico no trabalho final.

A apropriação de múltiplas etapas da cadeia produtiva da música pelo artista foi viabilizada a partir da mudança do paradigma técnico-produtivo da sociedade - surgimento da micro-eletrônica - que possibilitou a descentralização da tecnologia disponível para a produção, exclusiva às gravadoras, e ampliou e descentralizou as decisões que orientavam os processos de produção

Deste modo, alguns elos da cadeia produtiva da música tais como edição, gravação, divulgação, comercialização passam a ser realizados sem a mediação exclusiva das grandes gravadoras, mas pelos próprios artistas ou agentes culturais que passam a possuir a tecnologia do hardware (laptops, mesas de som, dentre outros) e também do software.

Com o acesso às ferramentas de produção, outro ponto do trabalho do músico é reorganizado: a concepção da produção. No modelo hegemônico de produção das gravadoras, a produção da música é orientada para o consumo e distribuição massivos. Neste momento atual, o músico tem a possibilidade de conceber a produção musical voltada para grupos menores de receptores que poderão ser atingidos a partir da internet e de formas de divulgação alternativas aos grandes veículos de comunicação.

### **Considerações finais**

Este artigo pretendeu identificar quais aspectos do trabalho do músico tem sofrido alterações diante do surgimento do MP3 e das TICs. Como se trata de um momento recente, ainda é necessário debruçar-se sobre a realidade para compreender em quais medidas estas transformações tem gerado impactos na organização da macroeconomia da música e quais os significados destas mutações.

Dentre as transformações destaca-se aquela em que o músico passa a participar de múltiplas etapas da produção e, assim, pode ter maior controle sobre a produção que desenvolve. As conseqüências desta mudança não foram analisadas neste trabalho e apresenta-se como outro importante recorte de análise para que se possa compreender qual o impacto destas mudanças na organização da produção de cultura da sociedade.

Este é um fenômeno no interior da chamada economia da música a ser estudado, ou seja, da articulação de agentes que não se encontram nos principais centros de produção e divulgação musical, para a promoção da música e de ações relativas à música, ao fazer musical, e profundamente inseridos nas contradições entre cultura e mercado, entre o moderno e o tradicional e das assimetrias de uso e apropriação das novas tecnologias. (SANTOS, 2010)

A apropriação da tecnologia em MP3, da internet e da tecnologia de produção de conteúdo, a partir da microeletrônica, podem possibilitar o surgimento de estratégias de produção diferenciadas daquelas produzidas pelas gravadoras de música e aumentar a produção e divulgação de artistas não vinculados às gravadoras remodelando um modelo hegemônico de produção cultural.

## REFERÊNCIAS

ADORNO, Theodor. *O fetichismo na música e a regressão na audição*. Os pensadores. São Paulo: Abril Cultural, 1980.

ADORNO, Theodor; HORKHEIMER, Max. *A dialética do esclarecimento*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1985.

BANDEIRA, Messias. *Música e Cibercultura: do fonógrafo ao MP3 Digitalização e difusão de áudio através da Internet e a repercussão na indústria fonográfica*. 2001. Disponível em <http://www.compos.org.br/pagina.php?menu=8&mmenu=0&fcodigo=1305> acesso em 15/05/2012 às 8h34.

ABPD. Associação Brasileira dos Produtores de Discos. [http://www.abpd.org.br/estatisticas\\_mercado\\_brasil.asp](http://www.abpd.org.br/estatisticas_mercado_brasil.asp). Acesso em 15/03/2010.

BOULAY, Bertolete Marinilda. Organizador. **Música: Cultura em movimento – As interfaces digitias da música.br**. 1ª Ed – Socorro, SP: Totem.

BOLAÑO, César. **Indústria Cultural, Informação e Capitalismo**. São Paulo: 2000, Hucitec; Pólis.

\_\_\_\_\_, Organizador. **A Economia Política da Internet**. 1ª Ed. São Cristóvão, Editora UFS, 2007

BRAZ, Marcelo; NETTO, José Paulo. **Economia Política: uma introdução crítica**. 3. Ed, São Paulo: Cortez, 2007

BRITTOS, Valério Cruz; MIGUEL, João (2001). “Indústria Cultural: conceito, especificidades e atualidade no capitalismo contemporâneo”. In.: Brittos, Valério & Cabral, Adilson (orgs.). **Economia Política da Comunicação: interfaces brasileiras**. Rio de Janeiro: E-papers, pp.37-56.

CARVALHO, Alice. RIOS, Riverson. “O MP3 e o fim da ditadura do álbum comercial”. In: Amadeu e Perpetuo(orgs). **O futuro da música depois da morte do CD**. São Paulo, Momento Editorial, 2009

DIAS, Márcia Tosta. “Indústria Fonográfica: a reinvenção de um negócio”. In Bolaño, Golin e Britos. **Economia da Arte e da Cultura**. São Paulo, Itaú Cultural, 2010

Instituto Brasileiro de Geografia em [http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/noticia\\_visualiza.php?id\\_noticia=1517](http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/noticia_visualiza.php?id_noticia=1517)  
Acesso em 08 de janeiro de 2011 às 15h37.

HERSCHMANN, Micael. **A indústria da música como Laboratório**. Em <http://www.itaucultural.org.br/bcodemidias/001727.pdf> Acesso em 10 de Novembro de 2010 às 15h35.

LEÃO, João. NAKANO, Davi. “O impacto da tecnologia na cadeia da música: novas oportunidades para o setor independente” In: Amadeu e Perpetuo(orgs). **O futuro da música depois da morte do CD**. São Paulo, Momento Editorial, 2009

MONTEIRO, Arakin. **Orkut, Subjetividade Coletiva e Valor: considerações preliminares à luz da economia política da comunicação**. Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación, vol. X, n. 2, May. – Ago. / 2008

MOREL, Léo. **Música e tecnologia – um novo tempo apesar dos perigos**. Rio de Janeiro, Beco do Azogue. 2010

PEREZ, Carlota. “Las nuevas tecnologías: una visión de conjunto”. In.: Ominami, Carlos. (ed.). **La tercera revolución industrial**. Buenos Aires, pp. 43-89. 1986

PRESTES FILHO, Carlos. **Cadeia Produtiva da Economia da Música**. 2004. Rio de Janeiro.

PUTERMAN, Paulo. **Indústria Cultural: A Agonia de um Conceito**. Ed Perspectiva. 1994, São Paulo, SP.

SANTOS, Verlane. **Novos marcos para a Economia da Música**. Em <http://www.eptic.com.br/terceiroulepicbrasil/trabalhoscompletos/gt4/artigoverlane.pdf>  
Acesso em 15 de abril de 2011 às 19h36, 2011.

REQUIÃO, Luciana Pires de Sá. **“Eis aí a lapa...” Processos e relações de trabalho do músico nas casas de shows da lapa**. Dissertação de Mestrado, Niterói, 2008.

TEIXEIRA JR., Sérgio. **MP3 – A Revolução da Música Digital**. Coleção Para Saber Mais, 1ª ED Abril, 2004, São Paulo, SP