

A reconfiguração da indústria da Música na Era Digital

Silvio Essinger¹



Indústria da Música em Transição
 Autor: Micael Herschmann
 Editora Estação das Letras e das Cores
 180 páginas
 R\$ 32,00
 ISBN 97885601663784

Na capa de sua edição de fevereiro de 2003, a revista americana *Wired* pintava um quadro no mínimo alarmante ao fazer a junção marota da ilustração de um zepelim em chamas (do primeiro disco da banda inglesa Led Zeppelin, um dos mais célebres dinossauros do rock) com o slogan do gigante da computação Apple, que então apregoava uma nova relação do consumidor com a música na era digital (“Rip, mix, burn” – anunciando que, dali em diante, todo mundo iria poder gravar – “queimar” – discos só com as faixas que desejasse). A mensagem tinha a potência da dinamite e a

¹ (silvioessinger@gmail.com) é jornalista, roteirista de TV e escritor, autor de *Batidão – uma história do funk* (Ed. Record, 2005) e do *Almanaque Anos 90* (Ed. Agir, 2008).

clareza do CD: aqueles velhos tubarões da indústria fonográfica, que se alimentavam de astros com alcance planetário e programavam lançamentos para vender na casa das dezenas de milhões de cópias, estavam com seus dias contados. Iam virar fumaça na velocidade vertiginosa dos avanços tecnológicos da era. Mas isso tudo foi há oito anos – uma eternidade na contemporaneidade marcada pela efemeridade e aceleração. O excelente *Indústria da Música em Transição*, elaborado pelo pesquisador Micael Herschmann², permite ao leitor repensar que perspectivas se abrem ao mundo da música, no início do século XXI.

Como no velho samba, os gigantes da indústria fonográfica agonizaram, sofreram perdas significativas e viram aparecer toda uma nova geração que não tem lá muito costume de comprar discos. Mas não morreram – nem eles, nem os seus produtos para a massa, os seus semideuses da canção. O livre trânsito de informações da internet ajudou bastante os novos artistas, mas, sem o investimento das grandes gravadoras, certamente não teríamos hoje um astro do porte de um Justin Bieber. Aliás, sem a atuação dos treinados executivos de marketing do mundo do disco, muito menos o Gurizinho de Jaraguari teria se transformado no onipresente Luan Santana.

Por outro lado, esse é o momento em que as gravadoras sequer justificam o próprio nome. Os artistas que gravam cada vez mais por conta própria e os CDs que vendem cada vez menos (enquanto os LPs, fetichizados, ressurgem como produto de luxo) obrigam as outrora grandes empresas do disco, hoje fundidas a conglomerados de mídia, a partir para o agenciamento dos shows dos artistas e a buscar novos negócios. As fórmulas fáceis se esgotam mais rapidamente que antes e a questão da remuneração do artista (intérpretes, compositores, produtores) continua sem solução. *Copyright* pra cá, *copyleft* pra lá, e a banda segue tocando desafinada.

Pesquisador experiente do campo da Comunicação e da Cultura, atento às mais turbulentas e urgentes movimentações da música brasileira, Herschmann traça em seu novo livro um plano de viagem por esse continente cheio de vulcões e terremotos que é a indústria da música pós-revolução digital. Se o cenário que inicialmente se descortina não é nada animador para os grandes negócios da música, ele propõe uma revisão dos instrumentos de análise (afinal, a perspectiva ou percepção são fundamentais neste contexto de tantas incertezas). Por exemplo: numa dessas cerimônias oficiais em que um trator esmaga milhares de discos piratas, uma pessoa pode ver ali a vitória da indústria sobre os bandidos que roubam música. Outra pode ver, nessa mesma cena, um perfeito funeral do CD enquanto formato de comercialização de música. E aí, quem enxergou mais longe?

² (micaelmh@globo.com) é professor da UFRJ, pesquisador e especialista que atua na interseção do campo da Música com o da Comunicação. É pesquisador do CNPq, possui mestrado e doutorado em Comunicação pela Universidade Federal do Rio de Janeiro e realizou estágio pós-doutoral na Universidade Complutense (de Madri). Atualmente é coordenador do Núcleo de Estudos e Projetos em Comunicação do PPGCOM da UFRJ. É autor também dos seguintes livros: *O Funk e o Hip-Hop invadem a cena* (Ed. UFRJ, 2000), *Lapa, cidade da música* (Ed. Mauad X, 2007).

Onde a indústria musical menos espera pode estar o seu futuro (ou uma alternativa de sobrevivência). Os exemplos estão aí. Herschmann nos alerta para o processo significativo de incorporação dos fonogramas aos videogames, isto é, resalta como esta associação acabou se tornando um importante negócio para as gravadoras ao longo da década passada. É um fenômeno dos mais curiosos, embora muita gente possa dizer que ele é tudo, menos inesperado. A evolução dos games, estimulada por seus próprios usuários (e desprezada por muitos, a despeito de todos os benefícios que trouxe para os microprocessadores dos computadores pessoais), fez com que em pouco menos de 30 anos aqueles consoles de joguinhos deixassem de ser meros brinquedos e se transformassem em verdadeiras máquinas comunicação e de realidade virtual, com um impacto cultural ainda a ser devidamente avaliado e estudado.

Hoje, o consumidor não precisa mais da TV ou da loja de disco para conhecer os seus heróis do rock. Eles estão lá, em toda a sua glória e poder, no *Rock Band* e no *Guitar Hero*. Graças a esses games, antes mesmo que os jovens usuários venham a empunhar instrumentos de verdade e se aventurar com suas bandas de garagem, eles já terão experimentado virtualmente a sensação de tocar num show de rock. E, enquanto isso, a indústria, terá formado mais uma geração de consumidores e receberá seus dividendos pelos fonogramas dos ídolos que ajudou a formar. Esse é um bom exemplo de como o uso correto de uma novidade eletrônica pode fazer reviver os cambaleantes gigantes ou *majors* (como são mais conhecidos). Mas, neste instigante livro de Herschmann, elaborado da perspectiva dos Estudos Culturais, também não faltam casos de sucesso que indicam um distanciamento da cultura massificada e uma pulverização de interesses. São os fenômenos de nicho, que se mantêm satisfatoriamente com a ajuda da internet.

Nesses tempos em que a tecnologia digital fez da reprodutibilidade algo banal e o disco ou álbum perdeu seu velho encanto, a experiência da música ao vivo tornou-se, ironicamente, a nova fronteira da indústria musical. E ganhou força não só entre os grandes astros do rock mundial (que caíram na estrada como nunca), mas também em circuitos relativamente pequenos, como os do samba na Lapa e dos festivais de música independente Brasil adentro (ambos analisados no livro). Mais recentemente, podemos apontar ainda, nesse mesmo sentido, o movimento *Queremos*, de *crowdfunding* (consumidores que se reúnem para financiar produtos culturais), responsável por trazer ao Rio de Janeiro shows de famosas bandas *indies* e até mesmo por convencer Jorge Benjor a fazer um espetáculo com as canções de seu mítico LP *Tábua de Esmeralda*.

A transição da indústria da música é um processo que está longe do encerramento – e não há, ainda, respostas contundentes para muitas de suas questões, como Herschmann se apressa em reconhecer nesta publicação. O grande valor do seu livro é o de trazer para o âmbito acadêmico uma

discussão que vinha se desenrolando em diversos fóruns, que desde cedo se revelava decisiva para os destinos da mídia, da cultura e da economia.

O autor, portanto, realiza um importante balanço da crise e da complexa reestruturação da indústria da música. A partir de suas pesquisas - realizadas com fonogramas digitais, videogames e concertos ao vivo - constrói um retrato denso e esclarecedor das *continuidades e transformações* em curso. Tomando como parâmetro dados atuais do mercado e um rigoroso trabalho de campo elaborado nos últimos anos, o autor analisa as tendências deste setor da produção cultural, avaliando os desafios que vêm sendo enfrentados hoje pelos profissionais independentes e do *mainstream*. Herschmann argumenta que essa transição da indústria da música está relacionada a mudanças mais profundas do capitalismo atual: que vem possibilitando, por exemplo, a passagem do comércio de mercadorias para o das experiências, sublinhando assim no novo paradigma produtivo emergente a importância crucial do *imaterial* - do cognitivo, afetivo, e experimental - e da cultura.

Trata-se de uma leitura fundamental a todos os interessados em repensar os rumos da cultura e da indústria da música.



Indústria da Música em Transição
 Autor: Micael Herschmann
 Editora Estação das Letras e das Cores
 180 páginas
 R\$ 32,00
 ISBN 97885601663784