



Aula 12 - O novo mercado digital

Aula 12.1 - Os novos modos de consumo de música

Ainda que seja vítima de constante transformação e evolução, tanto na forma de produção quanto de consumo, a música em si mantém características essenciais indissociáveis. Sua definição é extremamente plural e dificilmente consensual, mas podemos apontar alguns elementos característicos de todas as expressões musicais. Qualquer que seja seu estilo ou sua época, ela acontece na inter-relação de dois elementos fundamentais: Uma fonte sonora e um ouvinte. O que é essa fonte sonora e a forma como ela se expressa tem infinitas variações, mas essa relação sempre se mantém. No início, ela era direta e sem intermediários, como em uma apresentação de um músico, com um público ouvinte presencial.



A música é algo misterioso que acontece entre a fonte sonora e a percepção do ouvinte. Imagem: Breno Kruse

A equação se tornou mais complexa quando surgiram as formas de registro dessa música em meio físico, como a notação musical e, posteriormente, o registro fonográfico. Essa possibilidade criava uma nova série de intermediários entre a fonte sonora original e o ouvinte final. A dinâmica de exploração desses intermediários, que



envolvia fixação, distribuição, promoção e venda do produto que continha o registro musical, constituiu o que conhecemos por **mercado** de música. Partindo de um ponto de vista objetivo, porém, podemos entender que "mercado de música" é uma simplificação, pois o que se vende não é a música, mas um suporte que contém informações que, quando traduzidas (por um elemento reproduzidor), promovem efetivamente o acontecimento da música.

A notação musical é o primeiro dos formatos de exploração da música que fugia da apresentação ao vivo. No entanto, para que a partitura se transformasse em música, era preciso um tradutor qualificado - um músico que pudesse ler e executar os sons ali codificados. Ela era portanto, restrita aos indivíduos que possuísem esse conhecimento específico. Ainda assim, com a possibilidade dessa notação ser editada em livros de partituras, reproduzida em escala e comercializada, surgiam novos meios de exploração mercadológica de expressão musical.

Mais tarde, com a invenção do fonógrafo, que trazia a possibilidade de captação do som, fixação em um suporte físico para posterior reprodução, surgiu pela primeira vez na história a possibilidade de dissociar a apreciação da música da presença humana de um tradutor executor. Isso cria um formato inédito de consumo, trazendo a possibilidade ao ouvinte de ouvir grandes intérpretes, bandas ou orquestras em ocasiões diversas das costumeiras.



Esse processo evolui a partir da criação da tecnologia de reprodução em massa da matriz física, que podia ser distribuída para atingir uma quantidade muito maior de ouvintes consumidores. Para que essa possibilidade se concretizasse, no entanto, foi necessária a construção de uma longa cadeia, sobre o qual se estruturariam as empresas nascidas para a exploração dos fonogramas: as gravadoras.

Com a construção dessas novas empresas se consolidam uma série de processos intermediários: Produção; gravação e finalização de áudio; prensagem do álbum; embalagem; distribuição; publicidade e marketing; venda de discos e de aparelhos reprodutores de áudio, para que só então a música chegue ao ouvinte. Durante a maior parte do século XX, esse processo era obrigatório para todos os indivíduos que quisessem consumir música em outras situações que não fossem o show ou os meios de comunicação de massa (Rádio e TV), que passavam a ser enxergados pelos produtores de música como ferramenta de Marketing. Todas essas etapas tinham custos altos, provocando a necessidade de grandes volumes de venda para a manutenção do sistema. Dessa forma, a produção cada vez mais respondia às necessidades de marketing e vendas.

A desenvolvimento da indústria cultural, com o crescimento do alcance dos meios massificados de profusão de informação e cultura, permitiram às grandes companhias a criação de fenômenos musicais de alcance global, que transformaram a música e os discos em um mercado bilionário.



Essa evolução passava pelas transformações no formato do suporte físico - do 78 rotações ao LP, até a fita cassete e o CD, sem que essas mudanças, afetassem significativamente os meios de consumo ou os processos das gravadoras.



Imagem: Breno Kruse

A mudança de suporte era frontalmente relacionada a empresas de tecnologia, que produziam os aparelhos reprodutores de música. Esses sim traziam novidades aos sistemas de consumo, como a invenção do Walkman, que transformava as circunstâncias em que a música era consumida, e o CD, que além de ser mais