

## Modos de escutar, modos de autoria: as mídias e alguns formatos

Lucas de Freitas<sup>1</sup>  
lucasdifreitas@gmail.com

**Resumo:** Os diferentes formatos usados na mediatização da música gravada ao longo do século XX implicam em horizontes mais ou menos rascunhados de possibilidades técnicas. Assim, pensando a autoria como uma ferramenta ou função estética, reflito como alguns suportes permitiram ou condicionaram modos diferentes de experimentar a dimensão autoral no campo da música popular desenvolvida dentro da indústria fonográfica, sobretudo no Brasil.

**Palavras-chave:** Autoria; Indústria Fonográfica; Música Popular; Música Gravada; Crítica Cultural.

**Abstract:** The different formats used in the mediatization of recorded music throughout the twentieth century imply horizons framed of technical possibilities. Therefore, considering the authorship as a tool or as an aesthetic function, I reflect how some media conditioned or allowed different ways to experience the authorial dimension in the field of popular music developed within the music industry, especially in Brazil.

**Keywords:** Authorship; Phonographic Industry; Popular Music; Recorded music; Cultural Criticism.

Muitos foram os formatos de mídias consumidos no decorrer do século passado no qual a música era o conteúdo principal. Entretanto, alguns a meu ver tiveram mais importância quando pensamos em diferentes impactos que eles tiveram nos hábitos musicais em boa parte do globo, sejam eles ligados aos músicos profissionais, aos ouvintes despretensiosos ou à própria indústria e suas corporações. Focando no tema da autoria, mas espalhando um pouco nosso olhar geralmente viciado pela entropia positivista (no mau sentido da palavra) do recorte científico preciso e da busca por conclusões assertivas,

---

<sup>1</sup> Graduado em Letras (Bacharelado em Tradução Francês/Português) pela UFPE e Mestre em Literatura, Cultura e Contemporaneidade pelo PPGL da PUC-Rio.

proponho um passeio por suportes musicais e seus impactos nos modos de produzir e consumir música no campo das gravações sonoras.

### **78 rpm. Música individualizada**

Quando Thomas Edison deslumbrava cientistas com os registros sonoros do seu fonógrafo, na virada do século XX, a incipiente tecnologia empregada por ele era ainda marcadamente limitada para ter impacto amplo na pragmática musical em grande parte do globo. As agulhas, presas a pedaços finos de couro, perfuravam os cilindros em analogia às vibrações que as ondas sonoras emitiam naqueles. O som podia ser visualizado na antiga pele de um animal, que, parte morta, parece reviver, tal os instrumentos primitivos – flautas de ossos, cordas de tripas e cornetas de chifre com suas marcas do sacrifício (WISNIK, 1989, p. 31) – nas vibrações passadas pelo instrumento ao receptor sonoro. Nas primeiras gravações estão expostos os mecanismos e o som deixa de ser vibração para ser guardado como informação tátil: braile lido pelos dedos dos fonógrafos. A mídia conseguida nesse modo rústico e mecânico não poderia ser copiada. Cada gravação era única.

A irreprodutibilidade técnica inviabilizava o amplo comércio desses objetos sonoros, e, como não eram exclusivamente musicais, não me permite forçar uma leitura bejaminiana do caráter aurático dos primeiros registros fonográficos. Nesse momento, gravar está mais ligado a experimentos didáticos do que artísticos.

Na passagem entre o século XIX e o XX, essa tecnologia emergente nos princípios da indústria fonográfica traz uma demanda diferenciada nas práticas estético-mercadológicas no campo da música popular. Se em meados do XIX o comércio de música tinha como carro-chefe a venda de partituras e ingressos para apresentações ao vivo, ao longo da primeira metade do século XX os fonogramas ganham cada vez mais relevância nesse mercado, o que traz para a experiência autoral algumas implicações.

Entre os séculos XVIII e XIX, na tradição ocidental, o compositor detém a autoridade sobre a obra musical e a música está ligada à escrita (LÉVY, 1987, p. 92). A evidência e importância da autoria para as práticas musicais desse período são reforçadas com o “caminho da consolidação do artista como ‘autor’”, momento em que se torna comum destacar a autonomia da arte e do seu criador (BACAL, 2012, p. 148-149), efeitos da visão de mundo romântico-burguesa que põe em voga o individualismo. Com o desenvolvimento das tecnologias ligadas ao fonograma, os discos tomam aos poucos das partituras o prestígio de original enquanto objeto comercializado no campo da música popular.

Por volta dos anos de 1920, a eletrificação do sistema de gravação e o uso da goma-laca nos 78 rpm fomentam não só a ampla comercialização dos discos – agora já reproduzíveis em escala industrial e menos quebráveis que os cilindros –, fortalecendo a indústria fonográfica mercadologicamente, mas impõem certas condições de produção e criação e abrem novos modos de consumir música. Em cada face do disquinho cabiam de 3 a 4 minutos, e era comum serem lançados apenas com um lado gravado, caso dos *singles*, ou com ambas as faces gravadas. A década de 50 é marcada pela padronização da indústria fonográfica mundial, que ao unificar os materiais a serem utilizados na confecção dos discos e as tecnologias adotadas nos reprodutores de mídias, por exemplo, respondem a uma demanda de internacionalização que facilitará o comércio de música em boa parte do planeta. É nessas condições que no “disco de variedades e entretenimento a canção de três minutos se impôs de forma universal” (DIAS, 2000, p. 37).

Seja por ter sido usado nos primeiros passos da indústria fonográfica, seja por ter organizado o tempo de duração geralmente usado para a música de apelo mais comercial até hoje, a importância de se pensar como os limites materiais dos 78 rpm regularam a prática musical se acentua quando entramos no campo da autoria.

O historiador Francisco Junior (2011, p. 223) observa que até meados do século XX, nas estratégias de marketing das gravadoras, há um privilégio da canção individualizada em detrimento à figura do artista. A pouca capacidade de armazenamento dos 78 rpm impede a composição de álbuns como conhecemos a partir dos anos de 1960. Assim, a pouca publicidade quanto ao nome dos intérpretes e compositores, já que nas capas dos disquinhos não havia fotos ou nomes<sup>2</sup>, quando muito os créditos em letras mínimas no centro do disco, dava à canção a importância de obra. Praticamente inexistiam diferenças entre as capas dos discos além da publicidade da loja e gravadoras ou do catálogo dos últimos lançamentos (PICCINO, 2003, p.22).

Em concursos de marchinhas, por exemplo, era comum apenas o nome da música ser conhecido pelo grande público (JUNIOR, 2011, p. 223), assim como os clássicos frevos campeões de cada ano nos carnavais de Recife – promovidos pela gravadora Rosembilit – ainda hoje serem cantados nas festas de rua de Pernambuco, ignorados seus autores ou, quando muito, confundidos ora com Capiba, ora com Nelson Ferreira. Salvo exceções de alguns artistas que faziam sucesso no rádio, como Vicente Celestino, Carmen Miranda,

---

<sup>2</sup> Evaldo Piccino comenta que a única gravadora brasileira que colocava no selo dos seus discos 78 rpm uma pequena foto do artista era a Todamerica, conhecida como “a gravadora do retratinho” (2003, p. 22).

Orlando Silva e Francisco Alves, por exemplo, cantores e compositores eram desconhecidos. A plataforma comunicacional rádio, na qual se podia ouvir várias músicas de uma mesma voz, era talvez o único veículo nessa época que abria espaço, no campo da música gravada, para a construção e relevância da figura do autor baseada no intérprete e suas vozes.

Nesse momento, o disco é canção individualizada.

### **Long-Play. Disco como obra**

Paralelamente às evoluções tecnológicas dos estúdios de gravação, os reprodutores e suas mídias acompanham as novidades e melhorias técnicas do momento. O LP (*Long-Play*) tem grande aceitação no mercado, ao mesmo tempo em que o sistema multicanal complexifica cada vez mais os processos de captação e manipulação dos sons. A maior clareza de timbres, a diminuição dos ruídos e estalidos, o estéreo e a melhor separação dos instrumentos – espacialização do som –, a percepção de frequências antes inaudíveis e a amplificação possível pela eletrificação dos toca-discos abriram novos caminhos para a prática musical nos idos dos anos de 1960.

Para Gisela Castro, a partir de então, ouvir música torna-se uma “experiência de imersão no som”, no qual “[s]utilezas, pequenos detalhes do arranjo musical tornaram-se mais pregnantes aos nossos ouvidos” (2005, p. 19). O que só era possível nos grandes concertos, com fileiras e mais fileiras de músicos, o silêncio profundo da plateia e a acústica impecável do local, já pode ser reproduzido nos lares, guardadas suas diferenças: digo da experiência da soma alto volume e qualidade sonoros.

O LP, disco do vinil de 12 polegadas, de início consumido apenas por Disc-jóqueis e mais tarde ampliado como objeto de consumo do grande público (THORNTON *apud* BACAL, 2012, p. 59), está no meio das mudanças que remodelam os hábitos musicais da segunda metade do século XX.

A maior capacidade de armazenamento – que justifica o nome *Long-Play* –, cerca de 20 minutos em cada face, além de diminuir a quantidade de vezes em que o ouvinte precisa virar ou trocar o disco e de poder conter doze compactos simples ou seis duplos, permite baixar o custo do produto e otimizar o lucro em suas vendas e ao mesmo tempo investir num conjunto de canções como álbum.

Juntar numa mesma mídia em torno de dez e treze músicas torna-se o padrão dos trabalhos musicais lançados desde o estabelecimento do LP no mercado de música, fazendo com que ele seja consumido como obra de arte em si, assim como os livros. Suporte passível

de coleções caseiras com seus libretos e capas, o LP redimensiona o álbum para uma perspectiva em que seu consumo abrange outras esferas sensoriais além da predominantemente auditiva. O elemento plástico do projeto gráfico das capas, as letras dos encartes e a imagem do artista entram para a concepção do disco enquanto obra.

Apesar de o número de profissionais envolvidos nas produções fonográficas ser cada vez maior, devido tanto aos conhecimentos cada vez mais específicos para operar os equipamentos fonográficos, quanto às novas atividades que a feitura de um disco demanda nesse momento (produção gráfica, fotografia, etc.), a unidade do álbum abre novos horizontes para a noção de autoria experienciada pela indústria fonográfica. Se resultado natural da concepção do disco como uma obra nas prateleiras das lojas de discos, se estratégia de marketing das próprias gravadoras – investimento nessa nova ecologia da produção de álbuns –, o que me interessa é que à medida em que o sistema multicanal se profissionaliza e se especializa, a figura de um autor que responde por esse novo tipo de obra musical (mas não exclusivamente musical) emerge como velamento de toda uma produção coletiva.

Ao ganhar uma unidade e ao tornar-se relevante ao ponto da necessidade de citar créditos (PICCINO, 2003, pp. 21-22), instante em que o mercado de música se fortalece economicamente (se milionariza) e se protege juridicamente, o LP instaura uma nova forma de “autoria inexistente nos 78 rpm” (JUNIOR, 2011, p. 224). Segundo Evaldo Piccino (2003, p.21), é só a partir do *Long-Play* que o artista começa a ter mais importância que o próprio disco, pois nesse contexto são geralmente os intérpretes que fazem sucesso, não músicas individualizadas. O objeto de venda é o conjunto de canções materializados nos LPs, que, mesmo que sejam desejados por um *hit* do verão, são comercializados inteiros e levam junto ao seu nome o destaque ao seu autor<sup>3</sup>. Não à toa as pessoas pensarem que uma música é de autoria de um determinado cantor ou simplesmente desconhecem o seu compositor.

Eduardo Vicente vê no desenvolvimento das técnicas multicanais a valorização de cantores e solistas dentro do que ele chama “*star system*” (1996, p. 30), num procedimento que, para Antoine Hennion, vela um “processo [que] é realizado por um *criador coletivo* (por mais que, posteriormente, a autoria do produto final seja conferida a um criador único)” (grifo do próprio autor, *apud* DIAS, 2000, p. 68). Nessa reconstrução midiática do conceito de autor, Vicente (1996) aponta três funções desse investimento na concentração autoral: salvaguardar os direitos de propriedade da obra, nos quais as gravadoras são suas donas

---

3 Steve Knopper (2009) considera que esse foi um dos erros mais graves da ganância da indústria fonográfica: forçar os ouvintes a comprar o disco inteiro, já que o *single* se tornou quase inexistente enquanto produto a ser comercializado – ficando no mais para promoções e divulgação de novos artistas.

legais; conferir uma maior individualidade ao bem produzido, estratégia mercadológica de facilitação do consumo a partir da criação de objetos individualizados – “para demonstrar a unicidade do produto é necessário atribuí-lo a um criador singular” (FLICHY *apud* DIAS, 2000, p. 68); e conferir legitimidade ao produto cultural, com a inclusão do álbum no *hall* das obras de arte e “as hierarquizações de gosto que irão orientar socialmente o consumo” (VICENTE, 1996, p. 99).

Para Felipe Trotta (2006), o investimento na figura do intérprete como concentrador autoral do trabalho coletivo de um álbum constrói o “mito midiático”. Se pensarmos que o *boom* da Bossa Nova coincide com as primeiras gravações de álbuns<sup>4</sup> no Brasil, faz muito sentido a confluência entre o relevo autoral, um assinando sua obra, e a afirmação do disco como um produto cultural importante. O clássico disco *Canção do amor demais* (1958), de Elizeth Cardoso, já traz as referências cobradas em uma obra: nos títulos os créditos de Vinicius de Moraes e Tom Jobim (os compositores) e de João Gilberto (trabalho instrumental)<sup>5</sup>. A Bossa Nova é o marco da biscoitofinização da Música Popular Brasileira, que já não é mais vista como oposta à música séria (ou erudita), e ao legitimá-la como espaço de experimentações estéticas sofisticadas, sublinha o álbum como obra não só de artistas unos, mas também de intelectuais.

Com a entrada da TV no campo da música popular, através dos festivais da canção e programas de auditórios, a imagem corporal do artista é amplificada. Movimentos como a Tropicália e a Jovem-guarda exploram essa novidade dos fins dos anos 60, e ao dar destaque ao corpo que canta, vão delimitando o artista enquanto “superstar”: a imagem é tão importante quanto a voz, as roupas tanto quanto as letras e o movimento é tão necessário quanto a música (SANTIAGO, 1971, p. 151). Apesar de serem dois movimentos, e isso pressupor uma coletividade<sup>6</sup>, o que entendo das estratégias que se cristalizaram na indústria fonográfica até o fim dos 80, quando produzir e comercializar música ainda é sinônimo do papel das grandes corporações, é de investir nas unidades autorais como Roberto Carlos e Caetano Veloso, por exemplo.

O investimento no marketing do disco brasileiro revoluciona a indústria do entretenimento, que em meados dos anos 70 é uma das mais lucrativas e poderosas do mundo.

---

4 Os primeiros LPs eram de coletâneas, não eram trabalhos que exploravam a unidade de um disco.

5 Ruy Castro (2001) credita a essa novidade como necessária não só para a questão autoral, mas também para a própria unidade da Bossa Nova enquanto movimento.

6 Na verdade todo processo fonográfico “é realizado por um criador coletivo (por mais que, posteriormente, a autoria do produto final seja conferida a um criador único)” – (grifo do próprio autor, HENNION *in* DIAS, 2000).

Essa revolução, segundo Enor Paiano (1994), só foi possível depois de concluídas três etapas estratégicas na consolidação do comércio de disco: o LP como produto principal, a segmentação do mercado em nichos de consumo e o investimento no *cast* de artistas da MPB. A partir de então, a força com a qual as gravadoras formatam efervescências culturais e *pop-stars*, produzidos ou criados em seus próprios estúdios, a padronização do LP e dos passadiscos e a facilitação do consumo segmentado por horizontes de expectativas esboçados pelos gêneros musicais, pensados dentro da lógica da alocação do público consumidor, permitem a estabilidade financeira e a segurança necessária para contratos mais duradores, tanto para o *cast* de artistas quanto para a equipe técnica, e maior fluxo do capital de giro para a renovação dos equipamentos de gravação – tão sofisticados quanto maiores estúdios americanos ou europeus. Nessa época o artista era funcionário da indústria, contratado que recebia seu salário mensal.

Portanto, com certa folga nos orçamentos, os anos 70 foram campo fértil para a construção de figuras mais estáticas no marketing das empresas. Os artistas de *cast* duravam mais. Muitas vezes custeados pelos ditos “artistas de marketing”, que eram arquitetados pelas próprias gravadoras, quando não estava acontecendo nada de novo que impulsionasse a venda de discos, e com os quais a indústria tinha o controle de 100% das decisões (DIAS, 2000, p.78), os “artistas de catálogo” (ou de *cast*) eram investimentos em médio prazo, com venda garantida e com os quais havia diversas negociações sobre o andamento das produções e promoção dos seus trabalhos artísticos. Enor Paino afirma que a estratégia de construção da imagem do artista chegou ao ponto de a Phonogram criar algumas “biografias fictícias para cantores populares, forjando assim um carisma pessoal” (PAIANO,1994).

O fato de se investir em autores mais estáveis, paralelo claro à efemeridade de sucessos instantâneos – como os macarrões de três minutos, que ficam prontos num instante e em outro já reaparece a fome sem a lembrança da comida –, os artistas de *cast* são responsáveis por lançamentos anuais de álbuns, o que reforça ainda mais a unificação do artista como autoridade de suas obras.

Nomes como Chico Buarque e Caetano Veloso respondem agora por toda uma produção, que muitas vezes envolve o trabalho de músicos, técnicos e produtores distintos de um álbum para outro, assinando com seus brasões trilhas sonoras para peças, textos literários e ensaísticos, direção de filmes, além das suas coleções de álbuns.

Por mais que se considere os demais participantes de um disco como grupos de

apoio, mesmo que ignoremos o “caráter coletivo e cooperativo da produção artística” (CANCLINI, 2001, p. 37), sobretudo com toda complexidade tecnológica dos equipamentos fonográficos dos anos 60/70, intérpretes, arranjadores, músicos, produtores também desenvolvem seus próprios interesses. Isso me faz lembrar a pragmática do cinema, principalmente se pensarmos nos filmes em que os nomes próprios são capazes de por si sós garantirem a qualidade da obra ou criarem ansiedades coletivas quando se anuncia um lançamento próximo.

Creio que com o LP e o contexto da indústria do disco dos anos 70, chega-se ao ponto mais agudo da centralização da autoria, uma marca que ficou, assim como os 78 rpm e as durações médias das músicas mais comerciais, na produção e consumo musicais e nas estratégias da formação de artistas até hoje.

A partir do LP disco é obra, o intérprete o autor. A indústria formatando unidades.

## **K7. Desmontando a obra**

O interesse das grandes gravadoras em investir na figura de um autor para regular tanto o consumo dos discos, quanto o fluxo do lucro das vendas se arrasta até a atualidade. Mesmo tendo sido pichada pela proliferação das fitas piratas entre os anos 70/90 e esfumaçada com o estabelecimento da internet e do formato .mp3, na virada do segundo para o terceiro milênio, a unidade autoral ainda é uma das estratégias marketing usadas no comércio de música dos meios de comunicação de grande alcance, como a TV e o rádio.

Em 1963, o lançamento das fitas K7, em meio à briga pelas inovações no mercado de música para o grande público consumidor, renova o horizonte do consumo musical. As fitas magnéticas não são exatamente uma novidade no campo da música gravada; desde os primeiros experimentos de registros sonoros (fins do século XIX) elas foram usadas, mas devido à sua baixa qualidade sonora só se estabeleceu como padrão unânime da indústria fonográfica em meados dos anos de 1950, depois de muitas melhorias técnicas (MANNING *apud* VICENTE, 1996, p. 21).

Sinônimo de interatividade, a fita K7, diferente dos cilindros e dos discos de vinil, não é materialmente um produto final e acabado, mas aberto a modificações de seu conteúdo pelos próprios consumidores. Assim como ampliou o leque de melhorias técnicas das gravações, podendo ser cortada, regravada e editada, a fita, nas mãos de pessoas criativas, tornou-se uma forte ferramenta para a amplificação de vozes abafadas pelo desinteresse das *Majors* (grandes gravadoras) e abriu caminhos de consumo musical para além do controle da



indústria.

O jogo de corpo das grandes do disco, depois de muito evitar o comércio de produtos modificáveis como as fitas magnéticas, passa por certo entrave quando a Sony Music inova o mercado de música com o advento do Walkman. A busca por um formato mais portátil e leve fez a empresa optar pelas fitas como mídia sonora e pelo fone de ouvido como amplificador do som. Assim, esse novo formato trouxe outras possibilidades de consumo de música, pois, devido à sua portabilidade, liga a escuta de sons gravados a atividades móveis (como em ônibus, fila de banco, *cooper*): a música gravada extrapola os limites dos lares (MILLARD *apud* MARCHI, 2005, p. 12), começa a habitar qualquer situação e lugar, enquanto durarem as pilhas.

A possibilidade de duplicar as fitas K7 de modo caseiro abre espaço, além da temida pirataria com sua ameaça de reforma agrária no terreno dos grandes latifundiários do disco, para as produções independentes e suas salvadoras fitas demo. Antes disso, o controle sobre a produção e distribuição era praticamente todo da indústria (BISHOP, 2002, p. 2-3). Mesmo que a popularização das fitas e seus reprodutores pelos idos dos 70, quando esse formato respondia por 1/3 das vendas de música no mundo, seja tímida enquanto impacto comercial da pirataria e das produções autônomas e independentes se comparamos com a dupla .mp3 e Internet décadas à frente, o uso das fitas foi fundamental para a circulação musical periférica ao grande circuito de música.

Eduardo Vicente a chama de “embaixador[a] da indústria cultural” (1996, p. 86), pois incentiva o desenvolvimento de circuitos musicais incipientes ou cuja demanda era desatendida pelo *mainstream*. Já o pesquisador americano Jack Bishop (2002, p. 2-3) observa que “[p]ela primeira vez na história da indústria da música os consumidores se aventuravam em ser produtores de música”. Portanto, o projeto autoral investido pela indústria nos LPs se vê tensionado quando ouvintes começam a desmembrar o álbum e sua unidade de obra. Essa interatividade de poder compor coletâneas não oficiais, compartilhar material regravado e reutilizar e modificar trechos inteiros sem a permissão de seu dono são o início de certos questionamentos das propriedades autorais no campo da música. As cercas protetoras dos proprietários de criações artísticas tornam-se facilmente puladas, e por mais que a indústria não tenha sentido efeitos significativos em seu lucro neste momento, inicia-se um processo de desafio das demarcações dos direitos do autor.

À parte as práticas ilegais<sup>7</sup>, a fita K7 é a porta de entrada para um universo novo de manipulações sonoras para aqueles que estavam longe dos estúdios profissionais. Os gravadores de fita combinados com um Microsystem eram usados por alguns artistas iniciantes para fazer *overdubs* – técnica que consiste basicamente em gravar um instrumento, depois adicionar outros por cima do gravado, dando a impressão que foram captados juntos. Assim, experimentos sonoros com os equipamentos rackeados<sup>8</sup> deslocam o ouvinte da pacificidade de apenas ouvir e traz para o amadorismo do seu doce lar um potencial miniestúdio de gravação. A evidência do papel da tecnologia na própria estética do som, para quem sempre esteve do outro lado do processo de produção fonográfica, modifica o simples reproduzidor sonoro em produtor de novas sonoridades. O fim vira meio.

Outro modo de se apropriar das técnicas de gravações domésticas de fitas K7, menos radical do que usá-la como instrumento de composição, era produzir fitas demo. Captar de modo precário o ensaio de bandas, composições em voz e violão – sem os arranjos finais – ou rascunhos de ideias, produção de coletâneas de artistas novos, entre outros intuitos de guardar informação musical, para divulgar ou para registrar, torna-se prática comum entre pessoas sem contratos com gravadoras. Entretanto, a pouca qualidade dessas gravações não se equipara aos trabalhos lançados pelas grandes gravadoras.

A profissionalização do corpo técnico, a alta-fidelidade que os grandes estúdios conseguem com suas acústicas perfeitas e parafernália tecnológica de ponta, o complexo de profissionais especializados envolvidos nas produções e o alto custo que tudo isso implica, fazem com que as gravações fora dos estúdios sirvam quando muito para divulgar bandas pequenas, revelando na própria qualidade de sua mídia as marcas artesanais do seu amadorismo. Fitas demo, para demonstrar, mostrar.

### **O impacto do digital. O CD.**

Quando o crescimento do número de fitas piratas nos mercados paralelos de música começa a interferir no faturamento das grandes corporações do disco, a corrida por criar um

---

7 No sentido de ir de encontro às leis vigentes. Não dou o peso de atitude errada a essas práticas ilegais; sou a favor do livre fluxo de informação e acredito que a música deva deixar de ser ferramenta de milionarizar uma pequena parcela da sociedade. Claro que isso é um tanto utópico, mas utopia serve para isso mesmo, para a gente se aproximar dela ao máximo. E a quem sempre pergunta: e como o artista vai sobreviver? Pergunte-se antes, quando artistas passaram fome depois da ampla pirataria na internet e do .mp3? Ou lembre que o contrato padrão dos royalties recebidos pelos direitos autorais é de 10% para o artista e 90% para as gravadoras, enquanto estas controlam os dados. Aconselho a leitura do artigo de Bishop (2002), para que o leitor tire suas próprias conclusões acerca de quem são os verdadeiros piratas.

8 O termo rackear significa basicamente “pegar um elemento e distorcer ou criar uma ação para que ele tenha um comportamento diferente do que ele foi fabricado para ter” (MABUSE in ENSOLARADO, 2004).

formato de mais alta qualidade que o LP e tão portátil quanto o K7, a partir das novas tecnologias digitais, devia levar em conta a fixidez do conteúdo e a impossibilidade de produção de cópias domésticas. Para Marcia Dias (2000, p.108), não há mudanças relevantes no conceito do produto musical com a entrada do *compact-disc* (CD) como vencedor da disputa entre os formatos musicais mais vendidos dos anos 90. Pelo menos, não teve o impacto que a substituição dos 78 rpm pelos LP ou a comercialização das fitas K7 tiveram na pragmática da produção e consumo musicais.

Os CDs estavam mais para símbolos de distinção social e econômica, tanto por sua qualidade de áudio cristalina – sem os ruídos das agulhas dos toca-discos e do som mais abafado das fitas K7 –, quanto pelos altos valores com os quais *hardwares* (reprodutores) e *softwares* (mídia) chegaram ao mercado. “Seu consumo é sinônimo de modernidade. O formato tornou-se mais importante que o conteúdo” (DIAS, 2000, p. 109).

Em relação à experiência autoral, a princípio o CD volta a regular a concentração da figura do autor e a garantir os direitos de reprodução e venda da indústria fonográfica. O disco como obra final de escuta é radicalizado pela impossibilidade de alterar o conteúdo da mídia. O ouvinte só toca no disco para colocá-lo no reproduutor, que o “engole”, protegendo-o das mãos ansiosas de algum inquieto em subverter a ordem das coisas. Sequer aquela velha experiência de fazer o LP tocar ao contrário e tentar ouvir frases satânicas e subliminares nos discos da Xuxa são possíveis nesse momento na pragmática do CD.

Enquanto eram caríssimos os gravadores de CD e a própria mídia virgem, entre as décadas de 80 e 90, há uma limitação na interatividade no campo da audição musical. O consumo participativo não é exclusividade de nenhum formato específico. Desde cantar junto com sua banda favorita em seu Karaokê, passo fundamental que leva o intérprete amador do banheiro à sala de estar, trocando o sabonete por um microfone, ao próprio trabalho profissional de um DJ que transforma o passa-discos em um instrumento musical, reelaborando registros sonoros de outros ou remixando e/ou rearranjando à sua maneira, muitos são os modos com o qual podemos interagir com as diversas mídias sonoras para além da escuta atenta e “respeitosa”. Entretanto, cada diferença material dos formatos vai permitir mais ou menos interferência.

Théberge observa que na maior interatividade das mídias e equipamentos musicais “não apenas as noções de consumo ‘passivo’ são colocadas em questão, mas também a integridade da obra musical e a *ideia de autoria e originalidade*” (grifo meu, *apud* MARCHI, 2004, p.7). Assim, as amplas possibilidades de interação das fitas magnéticas e o uso ativo

dos LPs enquanto instrumentos não comparecem no universo da CD, que, até o barateamento das mídias virgens e dos gravadores domésticos acoplados nos computadores pessoais, posicionam o ouvinte num lugar mais passivo de escuta.

Na outra ponta da cadeia usual da indústria do disco, a digitalização dos processos de gravação repercutirá de maneira mais forte contra o monopólio das produções profissionais e seus resultados *hi-fi*. Na esteira das inovações tecnológicas da qual o CD faz parte, a autonomização de boa parte das etapas da produção de um disco (DIAS, 2000, p. 40), favorece a grande novidade da indústria nos anos 90: a terceirização das gravações. A simplificação que o uso de controladores MIDI, *softwares* e *hardwares* de gravação e o microcomputador – que tomaram o lugar dos tapes (fitas magnéticas) – reduziu o estúdio e por conseguinte seu corpo técnico, fazendo com que para alcançar um nível satisfatório de qualidade material (sonora) de um disco não fosse necessária uma grande equipe.

A crise econômica por que passou o Brasil no início da década de 90 estimulou as empresas ligadas à indústria cultural a buscarem modos mais eficientes de garantir lucros. Se nos anos 70 era necessário controlar toda a cadeia do processo de gravação de um trabalho musical para conseguir um produto competitivo e profissional, desde a criação à própria prensagem e distribuição do material gravado, fazendo com que gravadoras administrassem gráficas, fábricas e estúdios, além de muitos funcionários contratados – artistas, produtores, advogados, engenheiros de som –, nos anos 90, com os pequenos empreendimentos cada vez mais alcançando resultados satisfatórios, a saída das grandes corporações foi terceirizar a produção técnica e artística, controlando apenas a distribuição nas lojas e a difusão em rádio, TV e outros veículos de amplo alcance. Era mais fácil monopolizar essa ponta final, já que os relacionamentos das grandes gravadoras com os donos das mídias televisivas e radiofônicas vinham de longa data – em alguns casos como a Som Livre, a própria gravadora pertencia a um canal de TV, a Rede Globo – e as lojas de disco eram dependentes dos sucessos do momento para alavancar suas vendas.

Portanto, com a digitalização e a possibilidade do “estúdio ao alcance dos orçamentos individuais de qualquer músico”, instaura-se “uma nova pragmática da criação e da audição” (LÉVY, 2000, p. 141). Dias (2000, p. 141) afirma que nesse contexto artistas se aproximam mais do processo de produção, papel antes desempenhado pela própria indústria fonográfica. Em sintonia com a autora, Eduardo Vicente (1996, p. 53) vê na fase pré-digital uma clara separação entre as áreas técnica e artística, e com o digital o completo embaralhamento delas. O desenvolvimento do sistema digital marca o início de mudanças

radicais em todas as esferas da produção fonográfica, desde a proliferação de pequenos estúdios e médios empreendimentos e suas novas dinâmicas às próprias práticas de audição e difusão da música gravada.

Quando o estúdio abrange rapidamente os equipamentos digitais como padrão das produções profissionais de música, instante em que o tamanho e peso desses equipamentos deixam de limitar a formação dos estúdios, na década de 90, cada vez mais uma mesma pessoa passa a desempenhar várias funções, e nessa nova ecologia da produção torna-se inviável a figura do artista com as mãos limpas do trabalho braçal técnico do resto da equipe. Artista igual a pedreiro<sup>9</sup>.

O uso de instrumentos baseados no protocolo MIDI, que auxiliam na composição e na criação de arranjos sem necessidade de ensaios com músicos e maestros; a maior precisão de manipulação do som gravado, que além da usual captação de ondas sonoras transformadas em sinal elétrico, passa a integrar ao processo a conversão desse sinal em códigos binários – quando o som pode ser alterado a partir de equações numéricas –; e a ampla gama de possibilidades de amostragem<sup>10</sup> e uso dos sintetizadores<sup>11</sup> e sequenciadores – os músicos especialistas em seus instrumentos já não são imprescindíveis – reorganizam a estrutura de

---

9 Nome do disco de 2009 da banda Macaco Bong, ótimo exemplo para se pensar como com a entrada do digital essas mudanças dos anos 90 vão reconfigurar a própria produção fonográfica. Responsáveis pelo trabalho mais pesado do processo (e mais custoso e arriscado), os artistas independentes perdem o lugar privilegiado de figura centralizadora da subjetividade coletiva da feitura de um álbum, para bancar muitos papéis dentro do jogo no comércio de música. No caso da Macaco Bong, os músicos são os próprios empresários, *roadies* e produtores. Com uma equipe enxuta, basicamente o trio de músicos, necessita-se ganhar menos para obter um lucro razoável, além do custo da produção de shows cair drasticamente, exigindo cachês bem mais modestos.

10 Os samplers “permitem a digitalização de amostras sonoras e seu posterior processamento, armazenamento e reprodução. Estas amostras podem ser tanto o som de um único instrumento tocado por determinado músico (o que permite a produção posterior de trilhas que tragam suas características particulares), como trechos de músicas gravadas – que são então processados e reutilizados em novas produções. Podem, ainda, ser ruídos ou quaisquer outros sons não musicais que se tornam, assim, passíveis de utilização em novos arranjos e composições” (VICENTE, 1996, p.36). Portanto, os processos de sampling, desde a “radicalização da cultura do sampler consagrada no universo hip hop nos anos 80, em que DJs munidos de vitrolas e bases pré-gravadas mesclavam sons de outros artistas, obtendo resultados os mais diversos — fenômeno que, por si já suscitava debates furiosos sobre a questão da autoria e da legitimidade artísticas” (HERSCHMANN & KISCHINHEVSKY, 2006, p.14), são “utilizado[s] de maneira subversiva ao negar as convenções eurocêntricas de autenticidade literária em favor de uma estética oral da citação, interferindo nas regras de autoria estabelecidas em nossa sociedade” (FELD *apud* BACAL, 2012, p.74).

11 “O sintetizador (instrumento que multiplica os timbres) acoplado ao sequenciador (computador que escreve sequência com precisão e as repete indefinidamente) está mudando completamente o modo de produção sonora. A escrita e o relógio, que foram dois dispositivos fundamentais para o controle e desenvolvimento das alturas e do pulso, estão juntos numa máquina gravadora de matrizes que simula as variações de tempo e altura, intensidade e timbre (sem aquelas granulações dinâmicas, aquelas flutuações irrepetíveis que só o intérprete produz artesanalmente). O artesanal e o sintetizador entram num jogo cerrado de confrontos e compensações, enquanto o consumismo estrito encontra formas mais aceleradas de repetir a repetição e ruidificar o ruído [...] Ao mesmo tempo, os samplers e os sequenciadores oferecem vivas perspectivas para a leitura do passado musical em seu diálogo com o presente” (WISNIK, 1989, p. 202).

trabalho dentro dos estúdios a partir da simplificação e supressão de várias etapas anteriormente executadas pelos estúdios de gravação.

Paradoxalmente, com a redução da equipe envolvida na confecção artística do disco – separo aqui a prensagem do CD, a impressão dos encartes e todo o trabalho mais industrial – mais difusa se torna a autoria. Com a mistura de papéis e a menor interferência da indústria no momento de produção, apesar de menos numeroso o corpo técnico-artístico, há uma evidência da coletividade nesse processo. Expostas as veias num *modus operandi* em que nem a segmentação fordista da indústria, nem o investimento na imagem do intérprete velam a epiderme por cima da coletivização das gravações, produtores/artistas independentes prestam serviços para as *Majors*, sempre na busca de maneiras inovadoras e alternativas de trabalho que garantam seu lugar ao sol, disputado ferozmente entre tantas *Indies* e seus duros cotovelos. Não há mais padrões rígidos quando se proliferam centenas de selos e pequenos empreendimentos ao largo dos anos 90. As diversas formas de experimentar a autoria se diversificam assim como o número e tipos de produções.

### Referências

- BACAL, Tatiana. *Música, Máquinas e Humanos: os DJs no cenário da música eletrônica*. Rio de Janeiro: Apicuri, 2012.
- BISHOP, Jack. *Quem são os piratas? A política de pirataria, pobreza e ganância na indústria da música popular no Brasil, México e Estados Unidos*. Actas del IV Congreso Latinoamericano de la Asociación Internacional para el Estudio de la Música Popular, 2002. Disponível em: <<http://www.hist.puc.cl/historia/iaspmla.html>>. Acesso em 30/09/2012.
- CANCLINI, Nestor Garcia. *Culturas Híbridas*. São Paulo: Edusp, 2001.
- CASTRO, Gisela. As canções inumanas. *Compós*, Rio de Janeiro, abr. 2005. E-compós. Disponível em: <<http://www.compos.org.br>> Acesso em: 19 ago. 2012.
- CASTRO, Ruy. *Chega de saudade*. São Paulo: Cia. Das Letras, 2001.
- DIAS, Marcia. *Os Donos da Voz*. Indústria Fonográfica brasileira e mundialização da cultura. São Paulo: Boitempo editorial, 2000.
- Ensolado Byte*. Direção: Maurício Corrêa da Silva. Asas Vídeo, 2004, 60min
- JUNIOR, Francisco Cougo. Os riscos do disco: A valorização do objeto-disco na relação entre História e Música. *Outros Tempos*, vol. 8, n. 11, p. 207-231, 2011.
- LÉVY, Pierre. *Cibercultura*. 2. ed. São Paulo: Editora 34, 2000.
- MARCHI, Leonardo. A angústia do formato: uma história dos formatos fonográficos.

*Compós*, Rio de Janeiro, abr. 2005. E-compós. Disponível em: <<http://www.compos.org.br>>  
Acesso em: 19 ago. 2012.

\_\_\_\_\_. *A nova produção independente: mercado fonográfico e as novas tecnologias da comunicação*. Trabalho apresentado no IV Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom, Porto Alegre, 2004.

PAIANO, Enor. *O berimbau e o som universal: lutas culturais na indústria fonográfica nos anos 1960*. 241 f. Dissertação (mestrado) – Departamento de Comunicação, ECA-USP, São Paulo, 1994.

PICCINO, Evaldo. Um breve histórico dos suportes sonoros analógicos. *Sonora*. vol.1, n.2, 2003.

SANTIAGO, Silviano. Caetano Veloso enquanto superastro. In: SANTIAGO, Silviano. *Uma literatura nos trópicos*. São Paulo: Perspectiva, 1971.

TROTTA, Felipe. *Samba e mercado de música nos anos 90*. 261 f. Tese (Doutorado) – Departamento de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2006.

VICENTE, Eduardo. *A música popular e as novas tecnologias de produção musical*. Dissertação 154 f. Dissertação (Mestrado) – Departamento de Sociologia, IFCH-Unicamp, São Paulo, 1996.

WISNIK, José Miguel. *O Som e o Sentido*. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.