

Apontamentos para entender a indústria da música em transformação

A guide to understand the music industry in transformation

LEONARDO GABRIEL DE MARCHI*

HERSCHMANN, Micael (2010).

A indústria da música em transição.

São Paulo: Estação das Letras e Cores, 179 p.

RESUMO

Nesta resenha, destacam-se os pontos mais relevantes tratados no livro *A indústria da música em transição*, de Micael Herschmann. O objetivo é discutir a articulação que o autor dá aos diversos temas relacionados às recentes transformações do negócio da música, discutindo suas contribuições teóricas e metodológicas para o estudo deste objeto a partir do campo da Comunicação.

Palavras-chave: música, novas tecnologias da comunicação, novas estratégias de negócio, diversidade cultural, indústrias culturais.

ABSTRACT

The review highlights the most salient points addressed in Micael Herschmann's book *A indústria da música em transição*. The aim is to discuss the manner in which the author articulates several issues related to recent changes in the music business, discussing its theoretical and methodological contributions to the study of this object from the perspective of the Communication Studies field.

Keywords: music, new communication technologies, news business strategies, cultural diversity, culture industries

* Doutor em Comunicação e Cultura pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ)

DESDE A PUBLICAÇÃO de *Lapa: cidade da música* (Mauad X, 2007), Micael Herschmann tem se notabilizado por realizar pesquisas sobre o negócio da música como vetor de crescimento econômico e desenvolvimento social no Brasil. Naquele estudo sobre a revitalização do tradicional bairro boêmio do Rio de Janeiro, a Lapa, através dos concertos ao vivo de samba e de choro, o autor situara seu objeto de estudo – o negócio de concertos de música ao vivo – sobre um quadro mais amplo, o do cenário cambiante da indústria da música ao final do século XX. Então, chamara a atenção para a diminuição do valor tanto econômico como cultural da música gravada e a concomitante importância dos concertos ao vivo como negócio. Evitando estabelecer uma relação meramente casual entre os dois fenômenos, demonstrou-se que os concertos ao vivo ganhavam novo destaque para uma indústria praticamente obcecada com a venda em larga escala de discos. Tendo abordado o tema da reestruturação apenas de forma pontual, o professor da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro passou a se dedicar, nos anos seguintes, à análise do processo de transformação do negócio da música em seus mais diferentes setores e em tornar inteligíveis suas mútuas articulações. Os resultados de suas investigações têm sido apresentados de forma dispersa entre conferências, mesas de debate, trabalhos em congressos, além da publicação de artigos em revistas científicas ou capítulos de livros.

Sua recente publicação, *Indústria da música em transição* (São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2010, 179 p.), tem como motivação reunir de forma coerente tais reflexões. A missão, contudo, não é fácil. Um breve olhar sobre os temas discutidos ao longo dos três capítulos do livro revela que o pesquisador abordou assuntos distintos sobre um objeto de estudo em plena transformação: a consolidação dos concertos ao vivo como grande negócio; a configuração de um mercado fonográfico no entorno digital e, por fim, a crescente importância da indústria de jogos eletrônicos como plataforma de negócio para a indústria da música. A pergunta que surge é evidente: como articular aspectos tão díspares?

O fio da publicação é a preocupação do pesquisador não em meramente identificar oportunidades econômicas, a sacrossanta busca por *novos modelos de negócio*, mas entender como as possibilidades comerciais que emergem da destruição criativa da indústria da música podem servir ao desenvolvimento social local e, por conseguinte, fortalecer a vida democrática. Isto é, há

[...] uma constante preocupação em produzir um conhecimento compromissado com a elaboração de uma reflexão que possa contribuir não só para um melhor entendimento do potencial de desenvolvimento local sustentável, que está associado a pequenos e médios produtores locais de música, mas também subsidiar

com pesquisas aplicadas a reelaboração de políticas culturais mais democráticas (endógenas), que sejam capazes de garantir os interesses do território e fomentar a diversidade cultural da região (p. 14).

Esta citação indica-nos a opção teórica e metodológica adotada pelo autor. Sua abordagem é claramente exposta e discutida no primeiro capítulo da publicação, “Por uma agenda de pesquisa para a indústria da música”. Desde seu livro anterior, Herschmann propõe, de forma algo provocativa, a retomada das preocupações críticas dos pais fundadores dos Estudos Culturais ingleses – a chamada Escola de Birmingham – para articulá-las às preocupações macroeconômicas dos estudos da economia política da comunicação e da cultura. O diálogo entre essas abordagens é notoriamente tenso e complicado, o que exige certa qualidade diplomática para propor de forma convincente uma agenda de pesquisa baseada nos pontos convergentes entre dois campos antes tão afins em suas preocupações sobre o papel da cultura na sociedade contemporânea. O leitor encontrará no primeiro capítulo, portanto, uma aprofundada discussão teórica e metodológica em que críticas aos estudos culturais e à economia política da comunicação não são poupadas e, o que nos parece muito profícuo, há sincera discussão sobre como conduzir pesquisas sobre a indústria da música em um país cujas informações sobre o tema são escassas.

No segundo capítulo, apresenta-se um compreensivo mapeamento da indústria da música neste momento de transformação. Três são os temas ressaltados pelo autor: (a) a consolidação dos concertos ao vivo como negócio baseado no valor da experiência que se oferece aos espectadores, (b) a emergência de um comércio fonográfico no entorno digital e (c) a crescente importância do setor dos jogos eletrônicos (*games*) para a indústria da música. Em um trabalho notável de reunião e análises de dados, o leitor encontra um quadro panorâmico completo, conciso e coerente sobre a indústria da música neste início de século. O autor nos mostra as diferenças mais críticas entre o antigo modelo de comércio de música, construído ao longo do século passado, e as principais mudanças que hoje afligem esse negócio. No que concerne aos concertos musicais, Herschmann aprofunda sua reflexão anterior, argumentando que sua crescente valorização se deve, em larga medida, não apenas à depreciação do valor dos fonogramas como também pela importância que a comercialização da “experiência” ganha no capitalismo imaterial. Pautando-se na teoria da “economia da experiência” (Pine; Gilmore, 1997), o autor afirma que, ao contrário da música gravada que é estocada e reproduzida em massa, os concertos presenciais possuem uma sensação única para o consumidor – que nunca se

repete porque não depende daquele que realiza o concerto, mas de quem o experimenta – o que permite a aplicação de estratégias de negócio bastante inovadoras e rentáveis para os empresários culturais. É por tal motivo, conclui Herschmann, que o negócio dos concertos ao vivo têm se reinventado nesses últimos anos.

A segunda e terceira partes do mesmo capítulo são dedicadas a fenômenos mais recentes e, no entanto, extremamente relevantes. O primeiro refere-se aos emergentes negócios fonográficos que, pouco a pouco, vão colonizando o entorno digital. O argumento apresentado impressiona. Talvez pela popularização do pré-conceito de que a indústria fonográfica esteja em plena decadência, não se deu muita atenção ao conjunto de empresas que oferecem distintos tipos de bens e serviços pelas redes digitais relacionados ao mercado de fonogramas. Ainda que apresentando modestos números em relação à época áurea da venda de discos físicos, essas empresas já estão em pleno funcionamento, de forma consistente e vigorosa, construindo as linhas mestras de um efetivo mercado digital de fonogramas com características estruturais bem definidas e que merecem uma discussão aprofundada. De fato, é um fenômeno bastante novo e cuja relevância somente poderá ser mais bem avaliada no futuro. No entanto, sua presença aqui revela uma prova incontestável da reconstrução da indústria de fonogramas no entorno digital, ao contrário de muitas previsões feitas até agora. Esse debate ganha mais fôlego quando o autor evidencia a crescente interface entre a indústria da música e a dos jogos eletrônicos. Estranhamente pouco estudados, fenômenos como o jogo *Guitar Hero* indicam que os jogos eletrônicos possuem uma penetração social crescente, prometendo ser talvez o grande setor articular das indústrias culturais em um futuro próximo.

Todavia, é o terceiro capítulo que guarda vigor especial. Isto porque permite encontrar o autor naquele terreno em que se mostra mais desenvolto: a análise de negócios de música ao vivo e sua relação com o desenvolvimento econômico e cultural local. Em “Vamos aos concertos!”, Herschmann articula dois interessantes estudos de caso. Um é o da Lapa. Nesse texto, o autor retoma suas considerações do estudo anterior, ampliando-as – o que para o leitor se transforma em uma boa oportunidade de confrontar a pesquisa em dois momentos distintos de reflexão do pesquisador. Mas agora se permite relacionar suas reflexões com um dos mais interessantes fenômenos do mercado de música no país nos últimos anos: os festivais independentes de música.

Esses começaram a ganhar relevo na década de 2000 e, desde então, experimentam um notável crescimento. E o que é mais importante: diferentemente dos grandes festivais que se concentram em grandes artistas nacionais

e internacionais, os independentes servem de (a) vitrine para novos artistas e (b) mantêm um forte vínculo com a cena cultural local – não por acaso, a maioria deles ocorre em cidades marginais ao tradicional eixo das indústrias culturais brasileiras, as cidades de Rio de Janeiro e São Paulo. A abordagem de Herschmann ajuda a entender a estrutura desses eventos – como se articulam os produtores, como são selecionadas as bandas, como são financiados, quem se interessa em promovê-los, quais são as visões de mundo de seus organizadores, entre outras informações importantes –, sua real importância para a cultura local e os desafios para sua continuidade. Tal descrição é uma contribuição importante, mas deixa claro que um estudo amplo e especializado sobre este objeto merece ser desenvolvido – o que fica aqui, talvez, como sugestão ao autor. De toda forma, o leitor pode encontrar nesse capítulo a aplicação de todas as preocupações centrais do pesquisador em relação ao tema dos concertos ao vivo, isto é, sua importância econômica no cenário de transformação da indústria da música e sua contribuição para o desenvolvimento da cultura local – discussões que Herschmann tem desenvolvido como poucos.

Enfim, o livro apresenta um conjunto impressionante de dados sobre a indústria de música, propõe discussões teóricas pertinentes e, o que talvez seja mais importante para os pesquisadores, fornece um conjunto expressivo de exemplos de como se pode analisar um objeto em plena reconfiguração. É interessante notar que este é um livro; não um conjunto de ensaios reunidos em uma publicação, o que torna a leitura agradável do começo ao fim. Se não oferece respostas para os desafios que se colocam ao negócio da música no século XXI, como o próprio autor admite, o livro serve, sem dúvida, de referência fundamental para o debate. ■

REFERÊNCIAS:

- HERSCHMANN, M. *Lapa: cidade da música*. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007.
PINE, J.; GILMORE, J. H. *O espetáculo dos negócios*. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

Resenha recebida em 01 de dezembro de 2010 e aprovada em 22 de fevereiro de 2011.