

## RESENHA

### **Novas perspectivas sobre a indústria fonográfica**

*New perspectives on the phonographic industry*

*Nuevas perspectivas de la industria fonográfica*

*Julia Caroline do Nascimento Ourique*

O livro "A Indústria Fonográfica Digital: Formação, Lógica e Tendências", escrito por Leonardo De Marchi, oferece uma análise profunda da evolução da indústria da música em seu processo de digitalização. O autor aborda a transformação da indústria fonográfica digital, destacando a transição das gravadoras tradicionais para o mundo dos serviços de streaming e a formação de novas relações nesse mercado musical em constante evolução.

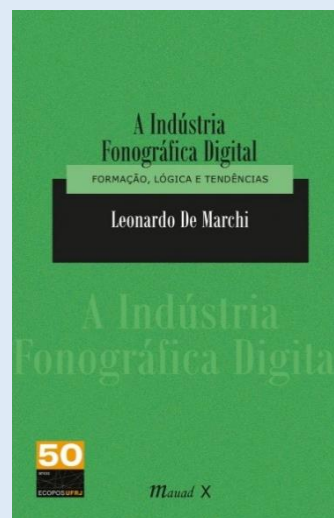
De Marchi traz uma abordagem única, comparando cada um dos capítulos de sua obra a um concerto musical, em que ele desempenha o papel de maestro, nos conduzindo a cada nuance, enquanto no explica o funcionamento e a harmonia de cada elemento.

**>> Como citar este texto:**

OURIQUE, Julia. Novas perspectivas sobre a indústria fonográfica. **Radiofonias – Revista de Estudos em Mídia Sonora**, Mariana-MG, v. 15, n. 01, p. 170-180, jan./abr. 2024.

**Livro resenhado:**

A indústria Fonográfica Digital: Formação, Lógica e Tendências.



**Sobre a autora**

**Julia Ourique**

[juliaourique3@gmail.com](mailto:juliaourique3@gmail.com)

<https://orcid.org/0000-0002-0308-3126>

Doutoranda em Comunicação, com bolsa Capes, pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ) e mestra em Comunicação pela mesma instituição. Docente em Jornalismo na Universidade Estácio de Sá. Integrante do Lampe – Laboratório de Pesquisa em Comunicação, Interação e Cultura; do Grupo de Pesquisa Corps – Corpo, Representação e Espaço Urbano; e do LabCult – Laboratório de Pesquisa em Culturas e Tecnologias da Comunicação.

O livro é uma sequência natural de seu trabalho anterior, a obra *A destruição criadora da indústria fonográfica brasileira, 1999-2009* (2016), em que registra o processo evolutivo dos discos físicos ao comércio digital de música, ainda no início do século XXI, fruto de sua tese de Doutorado.

A obra é dividida em três partes, cada uma delas surgindo como um movimento – referências musicais fazem parte de todo o *ethos* da escrita de De Marchi – da história diacrônica da indústria fonográfica digital. Ao invés de pensar em capítulos, a obra se apresenta como movimentos divididos em: formação, lógica e tendências. Cada movimento explora as transformações na indústria fonográfica digital indo do ritmo prestíssimo das implementações dos streamings musicais, da análise das possíveis consequências das novas melodias criadas pelas I.A, até finalizar com dois capítulos que buscam a harmonia entre Estado e indústria fonográfica, buscando um tratamento justo aos trabalhadores da música.

Um dos conceitos discutidos no livro é o de *música smart*, que utiliza a inteligência artificial para inovar (ou seria precarizar?) a criação musical. O autor observa que, enquanto seu primeiro livro abordava a indústria musical desde os tempos analógicos, este livro se concentra na formação da indústria fonográfica digital, sua lógica e as tendências que estão por vir, conceitualizadas como "pós-streaming". Em uma ligadura de prolongamento em relação ao seu livro anterior, De Marchi declara o fim da destruição criadora na indústria da música, e, através de sua abordagem única e anárquica, ele nos apresenta uma nova forma de entender a indústria musical digital. Como um luthier de uma indústria fonográfica que precisa de reparos, ele diagnostica e fala sobre o ontem, o hoje e o amanhã das grandes gravadoras, dos pequenos selos, dos artistas independentes, dos ouvintes e das plataformas de streaming.

O primeiro movimento é um apanhado histórico da plataformização da produção cultural por meio dos serviços de streaming, tópico frequentemente discutido nos círculos de músicos e profissionais da indústria musical. De Marchi desafia a ideia comum de que a digitalização da indústria musical começou com o Napster, revelando que os movimentos de música eletrônica da década de 1970

foram os verdadeiros pioneiros desta mudança. O autor também examina o processo do CD como mídia física dominante na indústria musical e destaca as revoluções digitais que ocorreram desde os anos 1970. Ele argumenta que a queda da indústria musical tradicional resultou da convergência de fatores como MP3, Winamp e P2P, introduzindo conceitos como *economia da dádiva* e *economia do acesso*, para pensarmos estes primeiros momentos da digitalização da indústria fonográfica.

O livro ainda aborda as controvérsias em torno do Napster e a criação do *iTunes* pela Apple, destacando que algumas startups P2P mantinham negociações com gravadoras e artistas, demonstrando que a situação era mais complexa do que se imaginava. De Marchi também destaca a importância da criação de rádios sociais, como o *Last.fm*, que usavam a inteligência artificial para recomendar música com base nas *tags* criadas pelos usuários, um conceito posteriormente adotado por gigantes do streaming, como o *Spotify*. Além disso, o autor menciona a rádio Pandora, projeto criado nos EUA, que aplicou uma abordagem matemática para rastrear e categorizar gêneros musicais, reduzindo-os a 450 atributos (genes) que encaixariam em qualquer gênero musical. Chamado de “projeto genoma da música”, ele foi a base para a curadoria de *playlists* guiadas por algoritmos que temos hoje.

Uma observação crucial feita por De Marchi, e que contraria todo o imaginário criado ao redor da ascensão do *Spotify* e de outras plataformas de streaming, é que esta não foi uma jornada solitária de empreendedorismo, mas sim um processo resultado de fomento por meio de políticas públicas. Ele aponta para a pesquisa de Maria Ericsson e outras fontes, bem como o livro de Mariana Mazzucato, para destacar o papel do Estado na inovação tecnológica e no desenvolvimento econômico. Essa perspectiva lança uma luz diferente sobre o surgimento dessas gigantes do streaming.

O livro também traça paralelos entre o que aconteceu com o Napster e as tentativas subsequentes do *Spotify* de se relacionar com as grandes gravadoras. Só que, diferente das tentativas anteriores, este obteve a simpatia das gravadoras, aceitando a proposição de que elas se tornassem acionistas

minoritárias. Isso permitiu que o empresa continuasse a operar no ramo da música, apesar do aumento dos custos de produção em relação ao modelo anterior, baseado no P2P. Ainda sobre o *Spotify*, De Marchi destaca a transformação de um mero distribuidor de conteúdo digital para um curador de música. Em 2015, o *Spotify* introduziu a *playlist* "Descobertas da Semana", que se baseia nas preferências musicais do usuário. Essa mudança demonstra a evolução das plataformas de streaming, que não apenas fornecem música, mas também aprimoram a experiência do ouvinte.

O segundo movimento no livro explora a consolidação da indústria fonográfica digital no Brasil. De Marchi recorre a teorias econômicas, como a "destruição criadora" de Schumpeter, para entender as mudanças no mercado digital, enquanto também analisa a entrada de grandes empresas globais no mercado brasileiro e como isso alterou o cenário da indústria fonográfica no país. O autor destaca iniciativas brasileiras, como a iMúsica, a Trama Virtual e a Trevo Digital, que contribuíram para o desenvolvimento dos primeiros sistemas de digitalização musical no Brasil antes da chegada do *iTunes*, da Apple. Além disso, o livro observa as mudanças na indústria devido à entrada dos smartphones, que afetaram a transferência de arquivos e o acesso à música.

De Marchi também explora o conceito da *gig economy* e como os músicos autônomos se assemelham aos empreendedores de si mesmos, uma tendência que ressoa em outras áreas de trabalho. A ideia de oferecer experiências únicas, como shows ao vivo, permitiu que artistas independentes sobrevivessem, mesmo enquanto a indústria musical tradicional enfrentava desafios e buscava se adequar aos novos tempos da música grátis. Além disso, o autor relembra o primeiro momento em que a estratégia de disponibilização gratuita de músicas por artistas em redes P2P, que incentivava o público a procurar mais informações sobre os artistas, comprar merchandising e apoiar os músicos. Essa abordagem funcionava tanto para artistas independentes quanto para gêneros musicais direcionados a camadas mais vulneráveis da sociedade. No entanto, De Marchi argumenta que a falta de apoio estatal para consolidar esse mercado de música digital no Brasil e a falta de confiança dos artistas na rentabilidade das vendas

de arquivos digitais geraram uma paralisia no mercado. As startups de música não conseguiam recursos suficientes, e os artistas independentes não conseguiam unir esforços, criando desafios para o crescimento do mercado digital.

No decorrer do livro, são destacados alguns eventos-chave que marcaram o mercado da música digital no Brasil: o acordo do *YouTube* com o ECAD e o acordo da Apple com a União Brasileira de Editores de Música. Esses acordos introduziram a questão dos direitos autorais de uma maneira que beneficiou as empresas internacionais que estavam entrando no Brasil, ao mesmo tempo em que proporcionavam maior segurança jurídica para os artistas, gravadoras e plataformas. O início da década de 2010 marcou o início da popularização dos serviços de streaming no país, coincidindo com a disseminação da banda larga e a chegada de aplicativos de música. Esse período de transição levou ao declínio das startups brasileiras mencionadas no início do segundo capítulo, à medida que as grandes empresas internacionais começaram a entrar no mercado, apoiadas por parcerias com operadoras de telefonia celular. Isso ocorreu à medida que os smartphones se popularizaram, tornando os serviços de streaming mais acessíveis à população brasileira e permitindo que as plataformas obtivessem acesso aos dados dos usuários mantidos pelas operadoras.

A influência do mercado financeiro internacional, particularmente a partir do BRICS, e o crescimento do PIB brasileiro também desempenharam um papel na atração de empresas de streaming para o Brasil, mesmo antes de haver um mapeamento detalhado do mercado da música local. A economia de plataformas digitais cresceu à medida que uma empresa adotava um modelo de negócios, o que levou outras a seguir o exemplo, criando uma rede de influência. O livro também destaca a importância das distribuidoras, como Alta Fonte e CD Baby, que desempenham um papel fundamental ao levar as músicas para os serviços de streaming. Essas empresas, que começaram a entrar no mercado brasileiro em 2011, contribuíram para a dinâmica da indústria fonográfica no país. Um ponto notável é a adesão das gravadoras independentes e dos artistas

autônomos aos serviços de streaming, à medida que os fãs brasileiros começaram a ouvir mais música por meio dessas plataformas. O autor observa que os artistas e selos não tiveram escolha a não ser monetizar a música que antes disponibilizavam gratuitamente.

O terceiro movimento do livro explora a lógica dos serviços de streaming de música, enfatizando a desintermediação da indústria musical, a burocracia envolvida na inserção de músicas em playlists de curadoria e a importância da divulgação por meio das redes sociais dos artistas. De Marchi também discute o fenômeno do *TikTok*, que desempenha um papel crucial na promoção da música e na cultura da convergência. O *TikTok* permite que as músicas se destaquem, independentemente de terem sido introduzidas pela rádio, TV ou pela internet, ilustrando a sinergia entre as redes digitais e a comunicação de massa.

É pelas plataformas de streaming musical, tendo o *Spotify* como líder, que a ideologia da música infinita se torna uma solução para competir com os programas P2P, onde os usuários costumavam buscar músicas e baixá-las rapidamente. Com os serviços de streaming, a música está sempre disponível e acessível com um simples clique. A partir destas características, o autor considera que a campanha publicitária dos serviços de streaming oferece aos usuários a sensação de que estão pagando pouco por uma alta tecnologia, tornando o acesso à música mais imediatista e econômico. No entanto, essa ideologia também levanta questões sobre o papel da tecnologia e do culto à personalização por meio de recomendações algorítmicas, que são fundamentais nos serviços de streaming. Outro ponto levantado pelo autor é a dimensão política desta personalização, que embora pareça cômodo, no fim delega aos serviços de streaming a responsabilidade de determinar quais artistas merecem ser ouvidos. Desta forma, criam obstáculos para a criação de políticas públicas de cotas para artistas locais, afetando a capacidade do estado de proteger artistas emergentes em seu país. Isso levanta questões sobre a influência dos algoritmos e a falta de concessões públicas para a operação dos streamings nos países.

É ainda neste capítulo que o autor nos mostra as táticas do sistema de

recomendação (SR) automática de música, que utiliza a chamada "lógica algortorial" para unir a curadoria com a lógica dos algoritmos. Este encontro cria uma discussão sobre como os algoritmos decidem o que é relevante para o usuário e as consequências disso na diversidade cultural e na formação de "câmaras de eco" que limitam o conhecimento de novas músicas e artistas. Neste trecho, o autor realiza uma análise comparativa entre os sistemas de recomendação (SR) e os programas P2P (peer-to-peer), destacando as principais diferenças entre eles.

- **Programas P2P:** Os programas P2P permitiam que os usuários tivessem controle total sobre as músicas que desejavam ouvir, pois podiam buscar e baixar faixas de sua escolha. Isso dava aos usuários a liberdade de serem a audiência, sem serem influenciados por algoritmos que transformavam seus comportamentos em dados de interesse.
- **Sistemas de recomendação (SR):** Oferecem recomendações personalizadas com base no histórico de audição dos usuários. Eles lucram com essas recomendações, prevendo o comportamento do consumidor e comercializando seus dados para outros mercados. Isso cria um paradigma em que a "serendipidade" é prometida, ou seja, a descoberta de novas músicas de forma sistemática, mas organizada.

Para melhor compreensão de como funcionam os SR, o autor nos apresenta o conceito do "culto à personalização", que se baseia nos hábitos de consumo musical dos usuários. Quanto mais o usuário ouve músicas na plataforma, mais o sistema de recomendação é alimentado com seus gostos, aprimorando as sugestões. Isso faz com que os sistemas de recomendação se tornem intermediários legítimos na formação do gosto dos usuários. Embora seja pregada a ideia de playlists feitas especialmente para o usuário, os SR funcionam por meio de "perfis fractais", que são fragmentos de personalidade determinados pelos algoritmos. Eles dividem os gostos pessoais em categorias que guiam as recomendações musicais, método utilizado pelo *Spotify*, *Deezer*, *YouTube Music*, entre outros. Essa modulação do gosto a partir do que o

algoritmo indica, é chamado pelo autor de “gosto algorítmico”.

Como consequência dos segredos que cercam o cálculo de valor dentro das plataformas de streaming, o autor aborda a falta de transparência ao calcular os valores de cada play, e como os ouvintes são transformados em consumidores, enquanto à música resta o papel de ser encarada como derivativos. Desta forma, as empresas de streaming se apresentam como startups de tecnologia e não como empresas de comunicação e cultura, evitando certas cobranças de artistas e recebendo incentivos financeiros e fiscais de diversos países. Embora seja comum acreditar que os serviços de streaming visam oferecer músicas procuradas pelos usuários, na realidade, seu principal objetivo é transformar os perfis dos consumidores em dados exploráveis pelas indústrias, contribuindo para a especulação contínua do desejo dos consumidores e o desejo de possuir e ouvir cada vez mais músicas. Na ubiquidade dos streamings, capaz de atender a todos os desejos de consumo musical dos usuários, essa capacidade global não se reverte em um melhor rendimento financeiro para os artistas, especialmente os independentes. Ainda que se inspirem no mercado financeiro e na lógica dos derivativos, as plataformas de streaming continuam fazendo o mesmo serviço de precarização dos músicos antes realizada somente pelas grandes gravadoras.

É na CODA, ou na conclusão de sua obra acadêmico-musical, que somos apresentados a um dos maiores trunfos deste livro, o conceito de pós-streaming [que] abarca um grupo de fenômenos tecnológicos e comerciais que possuem a capacidade de conduzir a produção, a distribuição e/ou o consumo de música gravada a outro nível de funcionamento. Em particular, [...] o protagonismo que a IA e a financeirização da carreira musical passam a desempenhar e as consequências que elas exercerão sobre [o] trabalho musical e [o] consumo de música gravada. (DE MARCHI, 2023)

Principalmente após a pandemia de Covid-19, a indústria musical como um todo sofreu diversas mudanças, elevando a influência do dinheiro no mercado. É neste momento final que são levantadas críticas à priorização do lucro em detrimento de outros aspectos da música, que embora essas empresas



ainda se considerem empresas de tecnologia ligadas à música, o aspecto financeiro parece dominar. Seguindo o conceito da quarta revolução industrial, de Klaus Schwab, De Marchi descreve como essas plataformas estão inseridas em uma onda de descobertas e avanços tecnológicos que interagem com domínios físicos, digitais e biológicos. Nesta crescente proximidade entre financeirização e música, com o surgimento das Fintech 3.0, são oferecidos aos artistas independentes retornos financeiros mais em comparação a contratos de gravadoras, editais públicos e serviços de streaming. Termos como *crowdfunding*, *blockchain* e *NFT* entram no vocabulário dos artistas independentes, representando a ideologia da desintermediação econômica aplicada à música. Ainda que pareça ser uma das soluções para a precarização do trabalho do músico independente, o autor levanta preocupações sobre a imparcialidade dos algoritmos, que podem refletir o machismo (SEIBERT, 2020) e o racismo (DA HORA, 2021) de seus programadores.

Há, na nova geração da música independente, uma fonte sem fim de músicos e produtores criativos, que buscam na intercessão entre música regional e o gênero do pop a renovação da indústria musical, altamente concentrados no Norte e Nordeste do Brasil. Ou, no caso da Europa, em filhos de imigrantes, como Stromae, na França, e PUTOCHINOMARICÓN, na Espanha. Embora ainda seja um desafio garantir que as inovações na indústria musical não sejam controladas exclusivamente pelas grandes gravadoras, há também a questão dos direitos autorais em relação à música gerada por IA e a chamada "música smart" é abordada, enfatizando que as grandes gravadoras podem continuar a se beneficiar disso. O foco do autor neste momento da discussão é sobre o uso de IA em diferentes etapas da produção musical, resultando em melodias que, para ouvidos leigos, soam como música produzida por humanos para humanos. A facilidade destas chamadas *música smart* em se passar por *música orgânica* é também o fator que representa um impasse na distribuição de direitos autorais, que acabam indo para as empresas responsáveis pela encomenda da obra: as grandes gravadoras, novamente.

Ainda que a CODA apresente caminhos pessimistas, como o

cancelamento do futuro e o fim da criatividade na indústria musical, existe um realismo esperançoso que aponta para propostas e soluções para os desafios enfrentados pela indústria da música na era pós-streaming. Essas propostas estão centradas no papel das políticas culturais e da intervenção estatal como ferramentas para moldar um ambiente mais equitativo e sustentável para os artistas e trabalhadores da música em geral, elas podem ser resumidas em:

- Facilitar a circulação da música nacional;
- Descentralizar o acesso ao patrimônio cultural;
- Apoio a gravadoras e artistas independentes;
- Proteção dos direitos dos criadores;
- Regulação dos serviços de streaming;
- Meios públicos de comunicação;
- Revisão de leis de direito autoral;
- Políticas de financiamento da produção artística e ensino de como ouvir música.

No geral, essas propostas sugerem uma abordagem mais ativa e regulamentadora por parte do Estado, visando equilibrar os interesses financeiros das grandes corporações de streaming com as necessidades dos artistas e a diversidade cultural, enquanto também apontam para uma maior conscientização e educação do público, visando criar um ambiente musical mais inclusivo e sustentável no futuro.

O livro *A Indústria Fonográfica Digital: Formação, Lógica e Tendências* oferece uma visão esclarecedora do mundo em constante evolução da indústria da música, apresentando conceitos intrigantes e perspectivas sobre seu desenvolvimento futuro. Ao traçar a história do mercado e analisar a influência de políticas públicas, acordos de direitos autorais e parcerias estratégicas, Leonardo De Marchi fornece uma visão abrangente desse setor em constante transformação. Além disso, ao destacar o papel do *TikTok* e da convergência midiática, o autor também aborda o presente e o futuro do mercado da música no contexto digital. De natureza multidisciplinar, o autor consegue combinar

teorias econômicas com observações práticas para fornecer uma visão rica e perspicaz do mercado da música digital. Ele se revela essencial para aqueles interessados no futuro da indústria musical, abordando controvérsias atuais e antecipando mudanças, como as anunciadas pelo *Spotify* em relação aos pagamentos aos artistas. Isso pode dificultar ainda mais que os artistas independentes ou com poucas visualizações recebam valores significativos. É uma leitura essencial para aqueles que desejam compreender a transformação da música na era digital, além dos seus impactos na indústria fonográfica e na experiência do usuário.

## Bibliografia

DA HORA, Ana Carolina. **Ética em IA: Investigando o Racismo Algorítmico no Reconhecimento Facial**. 2021. 37 f. TCC (Graduação) – Curso de Ciências da Computação, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2021. Disponível em: <<https://www.maxwell.vrac.puc-rio.br/57522/57522.PDF>>. Acesso em 29 out. 2023.

DE MARCHI, Leonardo. **A Indústria Fonográfica Digital: Formação, lógica e tendências**. Rio de Janeiro (Brasil): Mauad X, 2023.

SEIBERT, Katarina. **Personalization or prejudice? A critical analysis of music streaming culture**. 2022. 24 f. Dissertação (Mestrado) – Program of Science Recording Arts, Western Colorado University, Denver, 2022. Disponível em: <<https://www.proquest.com/openview/dbce257381758dbcd9b75d16bf563cd3/1?pq-origsite=gscholar&cbl=18750&diss=y>>. Acesso em 29 out. 2023.