

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO**

FREDERICO NICHOLSON

**Rock brasileiro da década de 70:
resgate de uma história via internet**

PORTO ALEGRE

2012

FREDERICO NICHOLSON FAUSTINO GÓIS

**Rock brasileiro da década de 70:
resgate de uma história via internet**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como pré-requisito para a conclusão do curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda, da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

Orientação: André Luis Prytoluk

PORTO ALEGRE

2012

FREDERICO NICHOLSON FAUSTINO GÓIS

**Rock brasileiro da década de 70:
resgate de uma história via internet**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como pré-requisito para a conclusão do curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda, da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

Orientação: André Luis Prytoluk

PORTO ALEGRE

2012

AGRADECIMENTOS

A minha família, que me apoia em todos os momentos e dá suporte para que eu siga em minhas escolhas; aos professores, por todo o conhecimento compartilhado e construído em conjunto; aos colegas da Universidade que me acompanharam ao longo da vida acadêmica, tornando-a mais rica; aos amigos de Porto Alegre, família da vida, que diariamente constroem uma cidade interessante de ser vivida. Destes, é impossível citar os nomes pois ocuparia capítulos inteiros do trabalho.

Aos músicos entrevistados, que contribuíram com informações de quem protagonizou a cena musical que aqui é analisada. Daniel Romani da banda Módulo 1000 e Pedro “Pedrão” Baldanza do Som Nosso de Cada Dia.

Ao meu orientador, André Prytoluk, que acolheu o projeto e me deu balizas para que realizasse este estudo.

RESUMO

O presente trabalho propõe-se a discutir o impacto da internet no resgate histórico de uma cena musical brasileira: o rock produzido na década de 70. Para isto, utiliza-se de pesquisa bibliográfica e entrevistas buscando traçar um histórico da indústria fonográfica no Brasil, do compartilhamento de arquivos e informações através da internet e do contexto cultural em que se produziu aquela música. São analisados os papéis dos atores e das tecnologias envolvidas no processo, as formas de se consumir música, bem como a consequente “reconfiguração” do mercado. Por fim, é descrito o cenário atual no qual artistas e bandas de rock daquela época estão sendo (re) descobertos por uma nova geração, possibilitando, inclusive, que alguns deles voltem à cena cultural com seus projetos originais.

Palavras-chave:

Indústria fonográfica, música brasileira, rock brasileiro, p2p, compartilhamento digital, mp3, blogs musicais

Lista de Figuras

Figura 1: Venda de discos de vinil nos EUA	30
Figura 2: Modelo P2P	34

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	9
1 INDÚSTRIA FONOGRÁFICA NO BRASIL E NO MUNDO	12
1.1 A partitura	12
1.2 A chegada do Fonógrafo ao Brasil	13
1.3 Casa Edison	14
1.4 A gravação elétrica	17
1.5 Gravadoras independentes	20
1.5.1 Independentes brasileiras	21
1.6 A invasão estrangeira: as majors no Brasil	22
1.7 Anos 90	24
1.8 A saga do vinil	25
1.8.1 Derrocada	25
1.8.2 Retorno	28
1.8.3 Polysom	30
2 MÚSICA DIGITAL E COMPARTILHAMENTO	32
2.1 MP3	32
2.2 Compartilhamento de arquivos	33
2.3 Plataformas de compartilhamento de música através da internet	34
2.3.1 Napster	34
2.3.2 Gnutella, Kazaa, Souseek	34
2.3.3 IRC	35
2.3.4 Torrent	36
2.3.5 Sites de hospedagem	36
2.4 Streaming	37
2.4.1 Grooveshark	37
2.4.2 Soundcloud	38

2.4.3 YouTube	38
3 CENÁRIO ATUAL	40
3.1 A prática musical na era digital	40
3.2 Um novo mercado para as majors	44
3.3 O conceito de álbum	46
4 FUNÇÃO JORNALÍSTICA E DE MEMÓRIA NOS BLOGS DE MP3 ...	48
5 ROCK BRASILEIRO DOS ANOS 70	52
5.1 O cenário	52
5.2 A (re) descoberta	58
5.3 Aos palcos novamente	62
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS	65
ANEXO 1 – FORMAÇÃO DAS MAJORS NO BRASIL	67
APÊNDICE 1 – ROTEIRO DE ENTREVISTAS	68
7 REFERÊNCIAS	69

INTRODUÇÃO

A internet é um meio que revolucionou as formas de acesso à informação, possibilitando novas interações e, com isto, transformações culturais. O desenvolvimento das tecnologias de comunicação não só aproximou as pessoas facilitando a interação, como possibilitou um resgate de culturas e produtos culturais esquecidos no tempo.

O presente trabalho trata de como a digitalização de material musical e o compartilhamento de arquivos na internet vem possibilitando o redescobrimto e o resgate de um momento pouco conhecido e divulgado da história da música brasileira. Trata do ressurgimento de consumo e apreciação do rock brasileiro da década de 70.

Somado às trocas e *downloads* de música digital, a reunião de informações na internet tem sido de relevante importância para a reconstrução histórica que vem sendo realizada. Para isto, os blogs - popularmente conhecidos como “blogs de mp3” - desempenham um papel importante ao agregar material para *download* e juntar em um mesmo lugar apreciadores, pesquisadores e até mesmo músicos que fizeram parte daquela cena musical.

Naquela época, década de 70, muitos discos tiveram números reduzidos de prensagem, já que não havia um amplo mercado consumidor para o rock. Pelo menos esta foi uma alegação recorrente das gravadoras ao resistirem em apostar no gênero musical. Após a migração do disco de vinil para o CD, várias bandas não tiveram seus trabalhos relançados ou as gravadoras demoraram para fazê-lo – em muitos casos, inclusive, somente após a repercussão do material na internet. Os poucos que passaram para nova mídia, novamente ficaram restritos a um público pequeno, pois as tiragens dos CDs eram limitadas – ou apenas lançadas no exterior. Os arquivos digitais então resolvem esse “gargalo” de distribuição. Com a possibilidade de replicação infinita, o mp3 - formato mais comum - torna ofertável o que há bem pouco tempo atrás em seu formato original era considerado raro.

Infelizmente muitas bandas da década de 70 não conseguiram gravar seus trabalhos, resistindo apenas nas memórias de quem viveu aquele período. Alguns

outros grupos gravaram, mas tiveram seus discos engavetados permanecendo inéditos até hoje.

Meu interesse por este assunto se dá pelo fato de eu também, de certa forma, me inserir no campo de análise deste trabalho. Faço parte da geração que, acompanhando a evolução da internet, utilizou de suas ferramentas para buscar conteúdos e conhecimentos musicais. A curiosidade, na verdade, extrapola o campo da música brasileira indo para um espectro mais amplo que é a cultura nacional. Ou cultura produzida em território nacional já que, por o rock ser um gênero musical estrangeiro, alguns nacionalistas extremos afirmam que sua prática por aqui trata-se de alienação cultural. Posição da qual não compartilho, pois acredito que temos a capacidade de adaptar e transformar as linguagens de forma a torná-las ferramentas a serviço de uma manifestação própria.

Apesar de trazer números recentes e antigos da indústria fonográfica, este trabalho não tem a intenção de apresentar resultados quantitativos baseados em análise empírica. Foi utilizada a pesquisa bibliográfica e de conteúdo *online* para descrever as transformações propiciadas pela internet para o mercado e para a cultura e prática musicais. Também foram realizadas entrevistas com dois integrantes de bandas da década 70: Daniel Romani, guitarrista da banda Módulo 1000 e Pedro “Pedrão” Baldanza, vocalista e baixista do Som Nosso de Cada Dia. Além destas bandas, os dois músicos também são envolvidos em outros projetos.

No primeiro capítulo do trabalho, é traçado um panorama da indústria fonográfica no Brasil, do período que compreende a chegada do fonógrafo em território nacional à migração para a mídia do CD. São abordados as transições tecnológicas, o surgimento das gravadoras nacionais, a chegada das companhias multinacionais e a formação de um mercado independente. Por fim, é analisada a trajetória do disco de vinil, que mais recentemente apresentou crescimento de vendas no mercado internacional e voltou a ser produzido no Brasil.

O segundo capítulo trata da música em formato digital. Faz-se um histórico da prática de compartilhamento via internet e das plataformas utilizadas para este fim. Também é feita uma análise de sites de conteúdo em formato *streaming*¹, cuja

¹ Streaming é uma forma de transmissão de som e imagem (áudio e vídeo) através de uma rede qualquer de computadores sem a necessidade de efetuar downloads do que está se vendo e/ou ouvindo, pois neste método a máquina recebe as informações ao mesmo tempo em que as repassa ao usuário. (INTERROGAÇÃO DIGITAL, 2012)

utilização tem se tornado cada vez comum após a expansão das bandas largas de internet.

No terceiro capítulo é feita uma descrição do cenário atual, que se viu profundamente impactado com as tecnologias digitais. São abordados as reconfigurações do mercado fonográfico, as formas adotadas pelos atores envolvidos na produção musical e os novos modelos de negócio para qual a indústria se expande. Por fim, é analisado o conceito e o consumo de álbuns musicais, sobre os quais até há pouco tempo acreditava-se estar com os dias contados por conta do download de faixas individuais e das *playlists* personalizadas.

O quarto capítulo do trabalho concentra-se em analisar a função exercida pelos blogs de mp3, que atualmente são os locais privilegiados para download e troca de informações. Funcionam quase como uma mídia militante divulgando artistas e cenas musicais à margem dos grandes veículos de comunicação.

Finalmente, no quinto capítulo do trabalho, será apresentado o cenário no qual era produzido o rock brasileiro na década de 70 e de que forma a internet possibilita o resgate e a atualização dessa cena musical para as novas gerações de ouvintes.

1 INDÚSTRIA FONOGRÁFICA NO BRASIL E NO MUNDO

A indústria fonográfica integra a Indústria cultural e as chamadas indústrias criativas². Estas compreendem a combinação de criação, produção e comercialização de produtos de natureza cultural, tangíveis ou intangíveis.

A Indústria da música transforma-se constantemente. Para sobreviver, ela é forçada a adaptar-se às mudanças tecnológicas e às formas de consumo de seus produtos. Com isso, ela adota diversas estratégias na tentativa de condicionar o mercado aos seus interesses corporativos. À medida que fracassam e constatam a impossibilidade de frear essas transformações, passam então a integrá-las ao seu modelo de negócio.

Para abordar o histórico da indústria musical faz-se necessário relacioná-la à evolução das tecnologias que estão envolvidas nesse mercado, incluindo os suportes de armazenamento do som gravado e os aparelhos de audição. O desenvolvimento de novos formatos físicos de armazenamento do áudio gravado acarreta em alterações contínuas no modo de produção, distribuição e venda da música. Mais recentemente, o formato digital passou a possibilitar uma independência de suporte. Separada do meio físico, cria-se então uma outra relação com a obra musical.

Neste capítulo faz-se um panorama da indústria fonográfica, de seu mercado e de suas tecnologias com um enfoque especial no desenvolvimento no Brasil.

1.1 A partitura

O papel foi o primeiro suporte da escrita musical. As primeiras tentativas de registro da música datam do século IX. Mas somente no século XVII é que seria padronizado o sistema como o conhecemos hoje, com pausas e alturas das notas musicais. No começo do século XIX, seus editores dominavam a indústria da

² O termo “indústrias criativas” surgiu nos anos 1990, para designar setores nos quais a criatividade é uma dimensão essencial do negócio. As indústrias criativas compreendem, entre outras, as atividades relacionadas ao cinema, ao teatro, à música e às artes plásticas. (BENDASSOLLI; WOOD JR.; CUNHA, 2009).

música. Durante sua exclusividade como único suporte de registro, para a música acontecer, era necessário que um instrumentista estivesse presente. De outra forma, a música não existia. Com a partitura, necessitava-se então da etapa mediadora da performance (IAZETTA, 2001)

Com o desenvolvimento das tecnologias do final do século XIX e início do século XX eliminar-se-ia a necessidade da presença de um músico. Este momento marcou uma mudança: a música passou de uma experiência dinâmica e interativa, um serviço, para transformar-se em um produto.

1.2 A chegada do Fonógrafo ao Brasil

Em 1879, na cidade de New Jersey, Thomas Alva Edison inventou o fonógrafo. O equipamento funcionava à manivela e havia nele um cilindro com sulcos cobertos por um folha de estanho. Uma ponta aguda era pressionada contra o cilindro. Do outro lado, a estrutura conectava-se a um diafragma que, acoplado a um grande bocal em forma de cone, captava o som.

Dois anos após o invento, acontece a primeira apresentação do fonógrafo no Brasil. Foi na cidade de Porto Alegre, durante uma conferência. (SILVA, 2001) Mas ainda passaria uma década até que D. Pedro II³ se interessasse pelo equipamento. Então no dia 9 de novembro de 1889, o imperador, acompanhado de sua filha, princesa Isabel e do Conde D'Eu, seu genro, assistem a uma sessão de gravação. Naquele mesmo ano, o filho caçula da princesa tem sua voz gravada cantando e passa a ser o primeiro cidadão brasileiro a alcançar esse feito.

No ano de 1891, o tcheco Frederico “Fred” Figner desembarcou em Belém, no Pará. Ele vinha dos Estados Unidos e trazia consigo um fonógrafo. Durante um ano, fez diversas exposições públicas do aparelho em feiras e festas populares. Percorreu os estados do Amazonas, Ceará, Paraíba, Pernambuco, Bahia e Minas Gerais. Após esta peregrinação, seguiu para o Rio de Janeiro, onde se fixou. Talentoso vendedor, logo seu nome seria associado ao aparelho. “Em 1894, Manuel

³ O imperador D. Pedro II sempre se interessou por inovações tecnológicas. Foi um dos precursores da fotografia no Brasil.

Ponte exibiu nas dependências do Hotel Siglo, em Porto Alegre, um fonógrafo que já era chamado de *máquina Figner*.” (SILVA, 2001)

Apesar do enorme avanço e do sucesso que foi o fonógrafo, não havia a formação de um mercado massivo. Não era possível fazer cópias do material gravado e o cilindro desgastava-se rapidamente.

No que concerne à prática musical, José Ramos Tinhorão (2010) observa que antes da chegada da música gravada ao Brasil, havia uma liberdade de improvisação no ato da leitura da partitura, o primeiro suporte físico. Pois apesar das indicações presentes no papel, cada lugar teria uma forma de interpretar os elementos ali indicados. Por exemplo, o significado dos termos referentes ao andamento da obra: *andante*, *vivace*, etc. Tal liberdade proporcionava que o instrumentista local ao executar a música europeia, com o passar do tempo, acabaria transformando-a em outra música, com acento próprio e local. Para a interpretação, havia também uma adaptação às formações de instrumentos que já eram constantes na prática musical brasileira, como por exemplo o trio formado por flauta, violão e cavaquinho. Assim, gêneros musicais que aqui chegavam, de forma natural, iriam transformar-se em outros gêneros. Como exemplo, Tinhorão cita a polca francesa que abasileirou-se transformando-se em uma polca brasileira. A partir do momento que a música chega em uma gravação, vem com ela também uma forma “correta” de tocar, condicionando o instrumentista a uma forma padrão de interpretação, resultando na imobilização do gênero musical.⁴

1.3 Casa Edison

Em 1900, já instalado no Rio de Janeiro, Fred Figner funda a primeira casa comercial dedicada à venda de artigos importados ligados ao ramo musical. Em referência ao inventor do fonógrafo, o empreendimento chama-se Casa Edison (ALMEIDA, 2001). Além de fonogramas, sua empresa oferecia o serviço de gravação de cilindros. Foi a primeira loja de discos do país. Em 1902, tornou-se a

⁴ Tinhorão também adota esse posicionamento crítico em relação ao rock. Segundo ele, não há a possibilidade de adoção de uma linguagem estrangeira para a construção de uma “visão” própria. (Tinhorão, 2010)

primeira gravadora. Os discos gravados seguiam para a Europa, onde eram prensados (INSTITUTO CULTURAL CRAVO ALBIN, 2002). Estava acontecendo então a fundação do incipiente mercado fonográfico brasileiro. No dia 2 de agosto daquele mesmo ano, foi lançado o primeiro suplemento de discos. Era uma gravação da Banda do Corpo de Bombeiros do Rio de Janeiro, que mais tarde seria chamada também de Banda da Casa Edison.

“O registro sonoro mecânico acontecia a partir de um cone de metal que tinha em sua extremidade um diafragma. Este comandava a agulha que cavava os sulcos na cera. Portanto, era necessário potência sonora para se ter certeza de que houve a gravação do som. E já que iria ser uma banda, que fosse a melhor do Rio de Janeiro.” (SILVA, 2001, p.3 apud CAZES, 1999)

Em 1888 havia sido patenteado um segundo aparelho: o gramofone. Inventado por Emil Berliner⁵, em vez de cilindros o gramofone usava o formato de discos para a gravação. Com esse novo formato tornou-se possível duplicar os discos, que passaram a ser feitos em goma-laca e reproduzidos através de uma matriz de cobre. (DE MARCHI, 2005). Isso representou a possibilidade de reprodutibilidade técnica massiva da gravação sonora.

Em 1904, Figner adquire a patente do Zon-O-Phone, um modelo de Gramofone de Berliner, o que garantiu ao Brasil a fabricação de chapas prensadas dos dois lados, em “celuloide inquebrável”. Em pouco tempo o disco substituiria o cilindro no mercado. Os discos de face dupla possibilitaram à indústria fonográfica organizar-se como um indústria de entretenimento massivo para consumo individual. No Estados Unidos, ao final da Primeira Guerra Mundial, o consumo de discos já superava o de partituras.

A solução da reprodução em massa implicou na separação do processo de gravação do de reprodução. (...) um modelo de consumo estava estabelecido, no qual tratava-se o disco como um livro e não, por

⁵ Berliner inventou o gramofone com sistemas novos que vieram possibilitar o aperfeiçoamento do fonógrafo e a gravação fonográfica por si tendo sido utilizados posteriormente pela indústria fonográfica. Foi o fundador da Deutsche Grammophon, importante gravadora de música clássica. Hoje a empresa pertencente ao Universal Music Group.

exemplo, como uma fotografia. O gramofone tornou-se um instrumento de reprodução⁶. (CHANAN, 1995 *apud* MARCHI, 2005).

No Brasil, em pouco tempo os aparelhos de gramofone baratearam. “A Sociedade Phonographica Brasileira anunciava 'gramophones' de diversos preços ao alcance de pobres e ricos, o que impulsionou a venda de música gravada.” (SILVA, 2001).

No período de 1902 a 1927, a gravação seguiu sendo de forma mecânica. Durante esse tempo, aproximadamente sete mil discos foram lançados no Brasil. Até 1903, a empresa de Figner fez três mil gravações, o que garantiu ao Brasil o terceiro lugar no ranking mundial, ficando atrás apenas dos Estados Unidos e da Alemanha. A Casa Edison foi responsável por mais da metade deles. Há relatos históricos de que, só ano de 1911, Frederico Figner teria vendido 840 mil discos. (SILVA, 2001) Com esse êxito, Figner enriqueceu e tornou-se proprietário de todo o mercado fonográfico brasileiro. Em seguida montou a primeira loja de varejo do Brasil, que contava com filiais em todo o país, vendedores praticistas e um sistema de produção e distribuição de anúncios e catálogos (INSTITUTO CULTURAL CRAVO ALBIN, 2012).

Em 1912, a Odeon Talking Machine⁷, empresa alemã, vem ao Brasil e fecha contrato com Figner. É prevista a instalação de uma fábrica de discos na cidade do Rio de Janeiro, cuja construção se dá em um terreno de sua propriedade. Localizada no Bairro da Tijuca, esta foi a primeira fábrica de discos instalada no Brasil e a maior da América Latina. Em 1913, começa a prensagem de discos. Um ano mais tarde, a fábrica Odeon passou a produzir um total de 1,5 milhão de discos por ano. O Brasil tornava-se então o quarto maior mercado de discos. (INSTITUTO CULTURAL CRAVO ALBIN, 2002).

⁶ “the solution to the problem of mass reproduction involved the separation of the process of recording from that of reproduction. (...) but a model of consumption was established which treated the record like a book, and not like, say, a photograph. The gramophone became an instrument for playback”.

⁷ Odeon Records foi uma gravadora fundada por Max Strauss e Heinrich Zuz em Berlim, Alemanha, no ano de 1903. Lançou o seu primeiro disco para gramofone em 1904. Em 1931, a Odeon fundiu-se com a representante filial da Columbia Records do Reino Unido e outras marcas para funda a EMI. No Brasil a marca sobreviveu como uma subsidiária da EMI (EMI-Odeon) até a metade da década de 1990, quando acabou definitivamente. (SUTTON, 1999)

Enquanto esse equipamento não ficou ultrapassado, e os próprios concorrentes estrangeiros competiram no mercado brasileiro com discos fabricados segundo processos igualmente rudimentares, a Casa Edison (...) dominou o mercado com amparo na excelente rede de distribuição que havia montado nas principais cidades brasileiras. Quando porém, a partir de 1924, nos Estados Unidos, os engenheiros da Victor Talking Machine partiram para nova etapa no campo das gravações e reprodução de sons, criando em primeiro lugar as vitrolas ortofônicas, e mais tarde as chamadas eletrolas, “acionadas eletricamente”, a iniciativa brasileira perdeu impulso, e o próprio Frederico Figner ia ser reduzido em pouco tempo à condição de mero comerciante de discos, máquinas de escritório e artigos musicais. (SILVA, 2001 apud Tinhorão, 1978, p.29)

Posteriormente, outras fábricas de discos surgem no Brasil, como a Fábrica Phonográfica União (1919) e a Fábrica Popular (1920), estabelecendo a indústria fonográfica no país (ALMEIDA, 2001).

1.4 A gravação elétrica

Na década de 1920, houve uma invenção importante para o desenvolvimento da indústria fonográfica mundial, o sistema de gravação elétrica. Era o surgimento do formato de 78 r.p.m. (rotações por minuto), que se tornou padrão da indústria. O disco tinha duração aproximada de quatro minutos em cada um de seus dois lados. (DE MARCHI, 2005)

O público estava acostumado a ouvir no rádio uma música mais fiel ao que ouvia nas gravações mecânicas. Naquele meio a música era executada ao vivo. Em 1924, com a criação da gravação elétrica pela Western Eletronic Co., empresa americana, esse problema foi vencido e a qualidade sonora passou a ser superior. Passado algum tempo, a Victor Talking Machine⁸ e a Columbia⁹ aprimoraram o

⁸ Victor Talking Machine Company (1901–1929) foi uma das primeiras gravadoras dos Estados Unidos, resultando da fusão da Berliner Gramophone (empresa do inventor do gramofone, Emil Berliner) com a Consolidated Talking Machine (de um parceiro de Berliner, Eldridge R. Johnson), ficando esta última com o controle das operações. (LIBRARY AND ARCHIVES CANADÁ, 1998)

sistema de gravação elétrica e conseguiram licença para industrializar discos utilizando-se dessa inovação (ALMEIDA, 2001).

Por volta de 1919, a Victor era líder do setor na indústria norte-americana. Em um mercado que totalizava US\$ 159 milhões, a empresa abocanhava US\$37 milhões. Com a expansão dos negócios, em 1926, ela instala-se no Brasil. Aluga o Teatro Phoenix no Rio de Janeiro e lança seu novo advento: a Victrola Ortofônica Auditorim (SILVA, 2001).

Em 1927, a Odeon foi responsável pelo primeiro disco elétrico produzido no país. Segundo Cabral (apud SILVA, 2001), “apesar da demora de alguns meses da gravadora perceber que o fim do processo mecânico da gravação atingia também o modo de cantar a nossa música”.

O sistema de gravação elétrica suplantou o antigo método de gravação analógica, fazendo com que velhas fábricas nacionais de discos fechassem as portas. De acordo com Cabral (apud SILVA, 2001), após a chegada da gravação elétrica, “pouco tempo depois seriam instaladas no Rio de Janeiro os estúdios e as fábricas de mais quatro multinacionais do disco: a Parlophon, a Columbia, a Brunswick e a Victor, todas dotadas do equipamento de gravação elétrica”.

A Odeon, que tivera sua patente nas mãos do pioneiro Frederico Figner, afasta-o dos negócios e estabelece sua própria matriz europeia no Brasil. O objetivo era concorrer diretamente com a Victor e a Columbia, já instaladas no país. A partir de então, a Casa Edison que fora líder na comercialização de gravações de música brasileira, passou a vender apenas artigos como máquinas de escrever, geladeiras e mimeógrafo. Seus negócios encerrariam no ano de 1960 (INSTITUTO CRAVO ALBIN, 2012).

Laus (1998) afirma que a crise decorrente da queda do preço internacional do café acarretou na contração da renda nacional e na desvalorização da moeda local, o que fez com que a procura por produtos importados diminuísse significativamente. Segundo o autor:

⁹ Columbia Records é uma das gravadoras mais antigas dos Estados Unidos, tendo sido criada em 1888. Subsidiária da Sony Music, em 2009, durante a reconsolidação desta empresa, a Columbia fez uma parceria com sua gravadora "irmã", Epic Records para formar a Columbia / Epic Label Group, que atualmente funciona como sua impressão digital. (COLUMBIA RECORDS, 2012)

O momento torna-se propício à instalação de novas indústrias no Brasil, fato que o próprio governo Vargas não somente percebeu como estimulou através de incentivos à industrialização. O esforço conjunto de intelectuais e do Estado, utilizando a música como fator de integração e identidade nacionais, também contribuirá para esse quadro favorável. A conjugação do cinema falado (o ciclo da comédia musical), da gravação elétrica, da fabricação e venda maciça dos fonógrafos e o advento do rádio comercial formam, sem dúvida, a base tecnológica com a qual vão se juntar a excepcional renovação do repertório de música urbana com a chegada do samba e o surgimento de uma legião de cantores e compositores como nunca houve igual na música brasileira. (LAUS, 1998)

Ainda segundo Laus (1998) é “neste início dos anos 1930 que serão definidos os caminhos da indústria fonográfica no Brasil”. Após a saída das gravadoras Parlophon e Brunswick do cenário nacional, “serão três as empresas que dominarão o mercado até os anos 1950 e que permanecem atuando até hoje”. Atualmente todas elas foram incorporadas pelas *majors*¹⁰.

Também na década 1930, o rádio chegava ao Brasil. Através dele, Noel Rosa consagrou-se como o primeiro ídolo de massas da música brasileira (RICARDO, 2005). Esse meio de comunicação cresceu e tornou-se o principal parceiro da indústria fonográfica. Era a grande vitrine para a venda de discos. A relação entre o rádio e a indústria sempre foram íntimas. As décadas de 40 e 50 marcam o apogeu do rádio no Brasil. Várias estrelas surgiram e ficaram para a história como “estrelas do rádio”, pois era através dele que a população - em sua maioria vivendo em áreas rurais – tomava conhecimento dos lançamentos da indústria musical.

¹⁰ *Majors* é a denominação das grandes gravadoras, geralmente parte de conglomerados multinacionais de entretenimento. Desde 2004, são quatro: Sony BMG, Universal, Warner e EMI. (REIS, 2010) Em 2011, a EMI foi vendida ao “Universal Music Group” concentrando ainda mais os negócios. Apesar de não ser uma major, a Som Livre, gravadora do Sistema Globo de Gravações Audiovisuais LTDA (SIGLA) também alcança um expressivo número de vendas. Em 2011, entre os 20 discos mais vendidos do ano, emplacou com cinco títulos. (ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DOS PRODUTORES DE DISCOS, 2012)

1.5 Gravadoras independentes

Após a Segunda Guerra Mundial as indústrias apostaram em pesquisas de materiais e processos de gravação que possibilitassem ampliar os lucros. Buscava-se novas matérias-primas para os discos. O suprimento de goma-laca produzida na Ásia estava suspenso. O exército japonês cortara o envio para os EUA e Europa. Das experiências com plásticos térmicos, o vinil acabou sendo o material mais apropriado. Surgiria então uma nova geração de mídias: o EP, o LP e os diversos modelos de fitas magnéticas¹¹. (DE MARCHI, 2005)

Em 1948, os discos “inquebráveis” chegam ao Brasil. Nos Estados Unidos, a criação de uma tecnologia de gravação mais barata permitiu que nesse mesmo ano surgissem muitas gravadoras “independentes”, que foram responsáveis por grandes índices de vendagem. Estas gravadoras de menor porte constituíram modelos para iniciativas semelhantes no mercado brasileiro.

Em 1965, são publicados os primeiros dados oficiais sobre o mercado nacional de discos. Na ocasião, o mercado brasileiro era quarenta vezes menor que o estadunidense. Neste mesmo ano, as gravadoras formaram a Associação Brasileira de Produtores de Discos (ABPD). Em 1967, o governo institui um benefício fiscal, com o qual as gravadoras podem investir parte do ICMS na produção e lançamento de artistas nacionais. Os produtos viriam com o selo “Disco é Cultura”

Devido à forte concorrência no setor, essa época é marcada pela caça de novos talentos por parte das gravadoras. O lançamento massivo de “revelações da música” provoca a alta na produção de um formato em específico: no ano de 1969, 57% dos discos vendidos no mundo tem o formato compacto - simples e duplo. (SILVA, 2001) As *majors* estavam mais interessadas em vender seus catálogos internacionais do que promover os artistas nacionais. Contratava-se o artista brasileiro mais como política de relações públicas a fim de gerar simpatia do público com o catálogo da empresa. (RICARDO, 2005)

¹¹ O EP (*Extended Play*) é um disco de 17,5 cm que é tocado a 45 r.p.m. Sua capacidade normal é de 8 minutos por lado. Normalmente contém em torno de quatro faixas. O LP (*Long Play*) acabou sendo o padrão adotado pela indústria mundial. Disco com 31cm de diâmetro que é tocado a 33 1/3 r.p.m. Sua capacidade normal é de cerca de 20 minutos por lado. As primeiras gerações dos LP foram gravadas a 78 r.p.m. As fitas magnéticas já eram utilizadas para gravação em estúdio desde o final do século XIX, mas foi o lançamento da fita cassete em 1963 é que viria a acarretar “novas possibilidades de comércio e consumo de gravações sonoras” (DE MARCHI, 2005).

Na década de 60, a televisão assumiu o papel antes desempenhado pelo rádio. Agora era através dela que se revelava uma nova geração musical. Na verdade, era o surgimento de mais um meio de exposição para o produto da indústria fonográfica. Ao contrário do que se pensava – juízo comum a respeito de transições tecnológicas – o rádio não morreria, mas passaria por adaptações.

1.5.1 Independentes brasileiras

CONTINENTAL

Fundada em 1943 pela empresa paulista Byington & Cia, que tivera contrato desde 1926 com a Columbia para a prensagem e distribuição de seus discos no país. Com o fim do contrato com a Columbia, que passa a ser representada pela Odeon, a gravadora cria seu próprio selo, o Continental. Foi a pioneira na gravação de música sertaneja no país. Na década de 70 foi responsável pela gravação de discos importantes do rock nacional. Atualmente seu catálogo está com a Warner que a incorporou no ano de 1988

COPACABANA DISCOS

Fundada pela família Vitale em 1948, no Rio de Janeiro, a gravadora na década seguinte transferiu-se para São Bernardo do Campo (SP), instalando-se no bairro Taboão. Em seu ápice (nos anos 70 e 80), chegou a ter mais de 1.000 funcionários. Nos anos 1990, alguns artistas foram repassados a outras gravadoras e seu catálogo foi vendido. Seu acervo de gravações foi posteriormente transferido para a EMI Music.

ELENCO

Fundada em 1963 por Aloysio de Oliveira (1914-1995), ex-vocalista do grupo vocal Bando da Lua. Aloysio fora diretor artístico da gravadora Odeon e da Philips (hoje Universal). Com um pequeno escritório no centro do Rio de Janeiro, contratou os estúdios da Rio-Som e gravou grandes nomes da Bossa Nova. “Durante a sua fase áurea, de 1963 e 1966, o selo editou cerca de sessenta títulos,

a maioria deles dentro da proposta de gravar e divulgar autores e intérpretes de Bossa Nova e congêneres. “ (XAVIER, 2011)

Depois de passar pela mão da Philips, atualmente seu catálogo está em posse da Universal que incorporou as duas – e tantas outras mais. Nos anos 2000, Charles Gavin realizou um projeto de resgate de alguns títulos da Elenco. Foram relançados pela Universal, proprietária do catálogo, vinte álbuns remasterizados e com as capas originais restauradas.

1.6 A invasão estrangeira: as *majors* no Brasil¹²

Na década de 70, iniciaram as transmissões de rádio FM. Este padrão técnico tinha uma qualidade superior e mais apropriado para a música. A prática do *jabá*¹³ torna-se comum.

A indústria musical cresce vertiginosamente. No exterior (Europa e EUA) a trilha sonora do filme *Saturday Night Fever* (Os Embalos de Sábado à Noite) vende milhões de cópias. No Brasil há o explosão do gênero pejorativamente chamado de *brega*. Música romântica derivada da Jovem Guarda, atingiu grande índices de popularidade. Era o nascimento de um mercado que cresceria debaixo de muitas críticas, o que não importava às gravadoras já que estavam lucrando muito.

Em 1974, as gravadoras RCA e EMI-Odeon constroem estúdios novos no Brasil. Dois anos depois é a empresa WEA (gravadora do grupo Warner Bros.) que se instala no Brasil e durante um ano limita-se a reproduzir suas matrizes estrangeiras. Mesmo assim consegue conquistar 2,8% do mercado. No ano seguinte lançou cinco LPs nacionais.

Em 1978, a gravadora Capitol Records, empresa norte-americana, desliga-se da EMI - sua principal acionista - e da Odeon - sua representante no Brasil. Na verdade tratava-se de uma estratégia de mercado. A empresa passa então a lançar seus próprios discos no país. Neste ano, também é lançado o

¹² No ANEXO 1 deste trabalho há um gráfico ilustrando cronologicamente a instalação das majors no Brasil.

¹³ *Jabá* vem do termo jabaculé. É o pagamento direto ou indireto às emissoras de rádio para executar músicas que as gravadoras indicam (RICARDO, 2005)

primeiro disco independente pelo compositor e arranjador Antônio Adolfo. Significava ter sido produzido pelo próprio músico, sem gravadora. O artista assumiu as funções de um produtor fonográfico. Uma prática que se tornaria comum no século XXI.

A presença estrangeira no país se faz tão grande ao ponto da própria Associação Brasileira dos Produtores de Discos (ABPD) afirmar na ocasião que havia no país uma “proporção ilegal de lançamentos estrangeiros”: 53% em abril de 1979. De 1967 a 1980, as vendas de discos cresceram 385% e as vendas de toca discos 813%¹⁴. Nesta época, para ter prestígio entre um público intelectualizado, as *majors* e gravadoras brasileiras contratavam para seu *cast* artistas que vendiam pouco (Caetano Veloso e Gilberto Gil, por exemplo), mas que representavam uma boa imagem para as empresas. A Philips era a gravadora que tinha o maior número de estrelas contratadas. Graças aos incentivos fiscais para a gravação de artistas brasileiros, o repertório de uma geração inteira foi gravado, o que hoje constitui um patrimônio da música nacional.

A indústria eletrônica prosperava e era vendido um número cada vez maior de toca-discos de vinil e os cassete-decks. O lucro das gravadoras vinha de artistas populares como Odair José, Márcio Greik, Sydney Magal, que foram importantes pra manter a máquina girando.

Se nomes da MPB conseguiam assinar contratos com grandes gravadoras, para as bandas de rock era mais complicado. Sofriam pressões por todos os lados: desde o preconceito dos nacionalistas, que em 1967 chegaram a realizar uma passeata contra a guitarra elétrica, ao desinteresse das gravadoras que alegavam não haver um mercado para aquele tipo de música. Poucos artistas conseguiram furar esse bloqueio.

A maior parte das bandas de rock, o grupo do qual trata este trabalho, viria a ter seu trabalho conhecido por um público maior (e mais espalhado pelo país) somente a partir da primeira década do século XXI, nos anos 2000. Graças a alguns relançamentos em CD e principalmente por conta da música digital através da internet.

¹⁴ BOULAY, Marinilda (org.) Guia do Mercado Brasileiro da Música, 2005, São Paulo, Imprensa Oficial de SP / Associação Brasileira de Música Independente - ABMI

1.7 Anos 90

O CD (*Compact Disc*) foi lançado no ano de 1983, mas somente na década seguinte é que ele viria a se popularizar no Brasil. Um formato “menor e mais leve que um 45 r.p.m”, cujo “padrão de consumo seguiria as regras do LP” (DE MARCHI, 2005) Esse novo suporte trazia ao mercado um grande avanço em termos de qualidade de reprodução. Em um primeiro momento, o CD conquistou os ouvintes de música erudita, mas logo em seguida tornou-se o padrão dominante no mercado.

Em 1992, o mercado nacional registra a venda de 34 milhões de aparelhos de suporte para música gravada – CDs, cassetes e LPs. Em 1995, daria um salto pra 75 milhões de unidades. A venda de CDs no Brasil representava 1,76% do mercado mundial. Em 1996, o crescimento do mercado fonográfico foi de 32% em relação ao ano anterior. Foram 94 milhões de discos vendidos.

A década de 90 também testemunhou um desempenho eficiente de gravadoras nacionais como a Eldorado e a Velas – e mesmo a criação de selos representativos como a Trama e a Abril Music – mas o domínio dos canais de distribuição, que efetivamente colocam as músicas na mídia e no mercado, ainda é uma primazia das multinacionais. (SILVA, 2001)

Essa década também foi marcada por uma estratégia de terceirização da produção adotada pelas grandes gravadoras. E pelo surgimento de muitos produtores e selos independentes que já dispunham a possibilidade de produzir a partir de estruturas cada vez mais reduzidas. Começavam então a surgir diversas empresas especializadas ao dispor do produtor: estúdios, fábricas de CDs, firmas de editoração eletrônica. “O selo Lux, por exemplo, criado por Nelson Motta em 1993, contava com apenas dois diretores e uma secretária e contratava os serviços especializados de terceiros para todas as suas necessidades.” (VICENTE, 2006)

Terceirização é a palavra-chave quando falamos em estúdios e gravadoras. Há vinte anos atrás este quadro poderia ser loucura, com os altos preços dos equipamentos. Mas os preços baixaram, multiplicaram-se os estúdios e, com isso, as chances de acesso a gravação. O fechamento dos estúdios das grandes gravadoras começou com a diretiva das matrizes no exterior. A Warner Music, há

cerca de 15 anos no Brasil, não chegou nem a ter o próprio estúdio. A EMI brasileira já teve três estúdios de primeira qualidade, mas agora optou pela terceirização. A BMG-Ariola encontrou uma solução diferente para seus 3 estúdios: eles foram repassados aos técnicos, que fazem prestação de serviços para a BMG quando necessário. (Revista Backstage, 1994 apud VICENTE, 2006)

Ressurgia então uma cena independente capaz de substituir a grande indústria no lançamento de novos artistas.

Mas não foram apenas os fatores tecnológicos que propiciaram esse ressurgimento: também dessa vez a crise da indústria teve um papel decisivo: privilegiando desde o final dos anos 80 o sertanejo e a música romântica, além de severamente atingida pela recessão de 1990, a indústria demonstrava agora pouco interesse por segmentos como o rock e a MPB, ou por artistas que não fossem campeões de vendagem. Assim, em 1991, nomes como “Tim Maia, Tetê Spíndola, Quarteto em Cy, Belchior, Guinga, Hélio Delmiro e Vinícius Cantuária, só conseguiram gravar bancando o próprio trabalho”. Paralelamente, de selos independentes de diferentes pontos do país começavam a surgir novos nomes do rap e do rock como Racionais MC’s (Zimbabwe), Raimundos (Banguela) e Sepultura (Cogumelo), entre outros. (VICENTE, 2006)

Após a chegada das mídias pós-CD e o compartilhamento de arquivos musicais através da internet, o mercado fonográfico e seus atores envolvidos se viram obrigados a mudar radicalmente a forma de fazer, distribuir e vender música. Para melhor análise, a descrição do cenário atual será feita após o capítulo sobre música digital e compartilhamento.

1.8 A saga do vinil

1.8.1 Derrocada

Na história da indústria fonográfica, o surgimento de um novo suporte de gravação sempre teve como consequência o declínio comercial das mídias

anteriores. Além dos benefícios prometidos em termos de audição e praticidade para o consumidor, a renovação tecnológica implica também na renovação de mercado para as indústrias do entretenimento.

A morte do vinil parecia inevitável. Os discos migraram das lojas para os sebos e ficaram restritos a um público específico de colecionadores. Os títulos mais comuns desvalorizaram-se e passaram a custar uma pechincha, alguns sendo vendidos a menos de um real.

Na década de 90, auge do CD, as companhias fonográficas relançaram diversos títulos de seu catálogo. Os sucessos da época do LP garantiam novas vendas em CD. Álbuns que em vinil já haviam dado lucro às gravadoras, voltavam às prateleiras em um novo formato. Além dos ouvintes nostálgicos, tinham também a oportunidade de conquistar novos nichos de mercado, sobretudo o público jovem. Na esteira dos caça-níqueis fonográficos, também foi comum o lançamento de coletâneas. Mas esse auge iria durar pouco. Já no final da década de 90, popularizaram-se as tecnologias de gravação que possibilitam a cópia caseira de CD. No começo dos anos 2000, tornar-se-ia comum a troca de arquivos musicais via internet. Crescia, então, a pirataria e a circulação de música digital ilegal.

Para este trabalho foram realizadas entrevistas¹⁵ com Daniel Romani, guitarrista da banda Módulo 1000, e Pedro “Pedrão” Baldanza, vocalista e baixista da banda Som Nosso de Cada Dia¹⁶. Questionados se se antes da internet, da música em formato digital, já circulavam discos e gravações piratas dos trabalhos deles, responderam o seguinte:

Daniel Romani (Módulo 1000)

Acredito que por volta dos anos 70 a pirataria era praticada por meio de fitas cassete, a única forma de se copiar um LP. Com o surgimento da era digital, as facilidades aumentaram, e com elas a pirataria também. Foi a partir dos últimos vinte anos que tomei conhecimento de uma quantidade enorme de CDs e LPs piratas do MÓDULO 1000. Eu mesmo tenho alguns no meu acervo particular da banda.

¹⁵ No APÊNDICE 1 deste trabalho há a íntegra do questionário enviado aos dois músicos.

¹⁶ Módulo 1000 e Som Nosso de Cada Dia são bandas de rock dos anos 70. Dois dos grupos que têm suas trajetórias abordadas neste trabalho.

Pedro Baldanza (Som Nosso de Cada Dia)

Não. Antes do digital não havia pirataria declarada a não ser a que as próprias fábricas de disco faziam é claro!

Elifas Andreato¹⁷, artista gráfico, autor de centenas de capas de discos brasileiros, salienta que a indústria fonográfica tem sua parcela de culpa no crescimento da pirataria. Segundo ele, com a transferência da música para o CD, a produção tornou-se mais industrializada e as companhias passaram a privilegiar obras mais baratas. A partir de então, não se produzia mais um disco pensando-se no conjunto da música com a arte gráfica. No auge do corte de gastos (ou da maximização dos lucros), chegou-se ao ponto dos CDs virem apenas com uma única lâmina de papel. Na frente era a capa e no fundo, os títulos das músicas. Nem mesmo os autores das composições eram creditados.

(Bruno Ribeiro) - Como você recebeu a notícia de que o vinil iria sumir do mercado? O que você acha do espaço de arte do CD em relação ao disco?

(Elifas Andreato) - O espaço do vinil, por ser maior, proporcionava a possibilidade de você inventar mais coisas. Com a chegada do CD a gente enfrenta dois problemas, mas o mais grave é o tamanho: o impacto que você consegue com uma imagem de 31 por 31 centímetros não é o mesmo que em uma de 12 por 12. E outro agravante é a camisa de força que é aquela caixinha plástica. Toda a estrutura industrial e comercial está montada em função dela. Qualquer alteração que você faça encarece o produto e acaba acarretando prejuízo ao próprio artista. Eu fui obrigado a me render a esta fatalidade. (RIBEIRO, 2003)

As gravadoras repensaram suas estratégias e, em meados da década passada, lançaram dois novos modelos de encarte para o CD. Um visa reduzir o custo do produto e o outro tem a intenção de, além da música, fornecer um disco mais sofisticado. O primeiro é o *Music Pack*, lançado pela Universal, trata-se de um disco encartado em um envelope de papelão impresso; o segundo é o *Digipak*¹⁸,

¹⁷ “Elifas Andreato, um artista brasileiro” Documentário. Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=bFNnv5zCM4s>> Acesso em 05 de novembro de 2012.

¹⁸ O Digipak consiste de um ou mais bandejas plásticas contidas em um cartão de várias formas (tipicamente com um formato de livro). Na maioria das vezes um "digipak" é uma versão de luxo e contém material exclusivo suplantando as tradicionais capas de CD, das versões regulares.

versão mais requintada. A Biscoito Fino, gravadora brasileira, costuma lançar discos neste segundo modelo.

É importante observar que, à parte as questões éticas e legais no ato de fazer um download de um arquivo musical, não há muita distinção entre a experiência de ouvir uma música em mp3 e ouvi-la em CD. Ou seja, para o ouvinte não há tanta diferença na experiência de consumir um ou outro suporte. Em formato reduzido, o CD não chama tanta atenção para a arte gráfica como o fazia o vinil.

Se por um lado, após vida breve, o formato físico do CD agoniza comercialmente, já perdendo em vendas para o formato digital, um outro formato físico, fenômeno de décadas, ressurge nas prateleiras (ou nas compras virtuais). O vinil, que ficou durante algum tempo restrito aos colecionares, recentemente volta a ter um crescimento de vendas. Nos EUA ele nunca parou de ser fabricado, no Brasil sim, mas há pouco tempo uma fábrica foi reativada. Suas vendas são impulsionadas por um nicho que parece crescer.

1.8.2 Retorno

Para colecionadores e aficionados, o vinil sempre foi o “disco de verdade”. Há também uma nova legião de fãs que só crescem. Gerações que nasceram na era do CD e do digital e que busca no vinil um outro valor, uma experiência que não encontra nos outros formatos. Um item que durante muito tempo ficou restrito a colecionador ou DJs. Os discos custam mais caro que o CD. A tendência tem sido o aumento do mercado da música digital, mas o do vinil também tem acompanhado a escalada nas vendas.

Em 2011, segundo estatísticas fornecidas pela Nielsen SoundScan – instituição que monitora a movimentação da indústria fonográfica – a venda de álbuns de vinil nos Estados Unidos atingiu 3,9 milhões de cópias, em comparação aos 2,8 milhões vendidos em 2010, um crescimento de 36,3%. O nível mais alto desde 1997. O álbum mais vendido foi a reedição do *Abbey Road* dos Beatles.

Esta escalada, que começou em 2007, traz otimismo ao mercado que vem obtendo recordes de venda do suporte ano após ano. Pela primeira vez desde 2004, o disco de vinil apresenta crescimento de vendas.

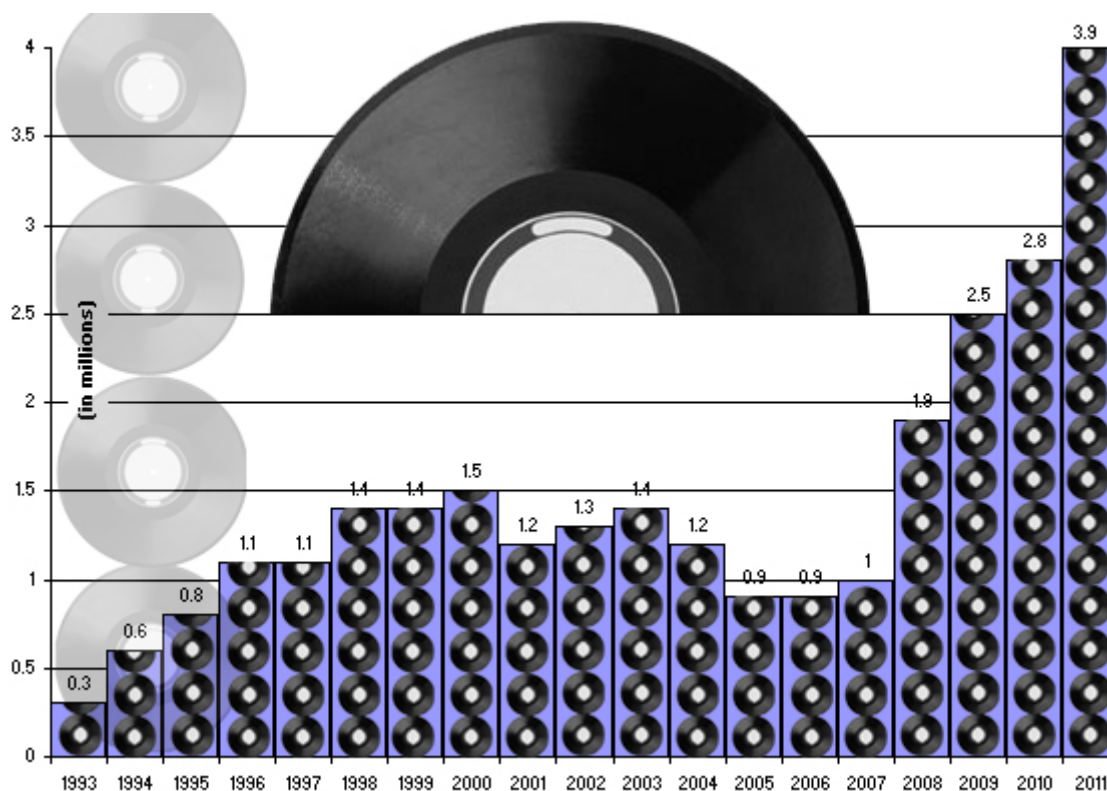


Figura 1: Venda de discos de vinil nos EUA

Fonte: U.S. 2011 album sales up for first time since 2004. (www.reuters.com)

Segundo Keith Caulfield, um dos diretores da Billboard - revista semanal norte-americana especializada em informações sobre a indústria musical - o crescimento na venda dos discos de vinil é atribuído a um "mercado inexplorado".¹⁹

"Está chegando a dois tipos de consumidores - os consumidores mais antigos que lembram dos discos de vinil com afeto, e muitos até têm mesas de som, e os consumidores mais jovens que podem ter uma cópia física na mão e têm aquela obra de arte para olhar". (REUTERS, 2012)

¹⁹ U.S. 2011 album sales up for first time since 2004. **Reuters**. 04 de janeiro de 2012. Disponível em: <<http://www.reuters.com/article/2012/01/05/us-albumsales-us-idUSTRE8031NY20120105>> Acesso em 05 de novembro de 2012.

As novas edições em vinil estão mirando um público exigente, disposto a pagar mais caro por um disco de melhor qualidade na fabricação. Os novos discos de vinil são mais densos, com gramaturas mais altas, de até 180 gramas. Isso gera um disco com um som de melhor qualidade e de maior durabilidade. Também tem gente que compra o álbum de vinil, mas costuma ouvir as músicas no formato mp3. O vinil serve apenas como produto promocional para recordação da banda.

Já estão sendo relançados discos clássicos e discografias inteiras, como a dos Beatles, até o lançamento de discos de artistas atuais como Amy Winehouse, Coudplay e Radiohead. Recentemente o Iron Maiden anunciou a reedição de seus álbuns da década de 80.

1.8.3 Polysom

No Brasil, em 1999, quando a indústria fonográfica parecia migrar definitivamente para o formato do CD, surgiu a gravadora de discos de vinil Polysom. Uma vez que as antigas fábricas estavam sendo desativadas, a compra de seus equipamentos foi facilitada, especialmente das gravadoras Polygram e Continental. Em novembro de 2007, já enfrentando inúmeras dificuldades, a fábrica viu-se obrigada a fechar. Na segunda metade de 2008, os proprietários da Deckdisc²⁰, informados do volumoso crescimento na venda de vinis nos Estados Unidos e na Europa, depararam-se com a possibilidade de adquirir o maquinário da antiga fábrica e reativá-la²¹. Em setembro do mesmo ano, começaram as diligências e os estudos que resultaram na aquisição oficial, em abril de 2009. No final de novembro de 2009, depois de meses de restauração, a fábrica finalmente ficou pronta, sendo feitos os primeiros testes com os LPs produzidos. A fábrica tem capacidade para produzir 28 mil LPs e 14 mil Compactos por mês. Estabeleceu-se como única fábrica de vinis de toda a América Latina, condição que mantém até hoje.

²⁰ Deckdisc é uma gravadora brasileira fundada em 1998. É conhecida por ser totalmente independente, pois ela faz todo o processo da gravação de um álbum, do estúdio até a distribuição. Informações

²¹ POLYSOM. **A fantástica fábrica de vinil. 2012.** Disponível em: <<http://www.polysom.com.br>> Acesso em 05 de novembro de 2012

Em apenas um ano, a Polysom fabricou mais de 40 títulos. Além de ter clientes como a EMI (que lançou toda a obra da Legião Urbana), Som Livre, Deckdisc e várias gravadoras independentes, a própria Polysom criou o selo “Clássicos em vinil” viabilizando lançamento de LPs que fizeram história como “Todos os Olhos” e “Estudando o Samba” (Tom Zé), “A Tábua de Esmeralda” e “Africa Brasil” (Jorge Ben), “Secos & Molhados” (Secos & Molhados), “Cabeça Dinossauro” (Titãs) e muitos outros.

Discos de artistas atuais também têm sido lançados em formato vinil, com tiragens limitadas. Já saíram Nação Zumbi, Pitty, Cachorro Grande, Chico Buarque, Criolo, etc. Cada vez mais estão lançando discos simultaneamente em diversos formatos: CD, MP3, e Vinil.

2 MÚSICA DIGITAL E COMPARTILHAMENTO

O crescente consumo de música digital não se dá somente por questões econômicas, mas também pela facilidade na distribuição, manipulação e armazenamento dos arquivos digitais. Em dispositivos mínimos como *pen drives* e *HDs* portáteis é possível carregar discografias inteiras em formato MP3. Os tocadores – *players* - de arquivos digitais popularizam-se e passam a integrar os aparelhos de celular.

A indústria acabou por assimilar o negócio da música digital e já usa a tecnologia a seu favor. Através de serviços de audição via *streaming* e lojas virtuais, os acervos disponibilizados são maiores e mais diversos do que as lojas físicas seriam capazes de proporcionar.

2.1 MP3

O MP3 surgiu na década de 1990 como mais um arquivo digital dentre outros usado “para facilitar a troca de informações pelas tecnologias em rede” (DE MARCHI, 2005). O tamanho do arquivo representa 1/12 do formato WAV do CD. Através da compressão de dados, ele torna-se um arquivo menor, com mais facilidade de compartilhamento na rede. Na época de desenvolvimento do MP3, ainda não se fazia ideia dos efeitos que ele teria na indústria fonográfica.

MP3 significa MPEG-1, Layer-3. O MPEG (Motion Picture Experts Group) é um consórcio formado por engenheiros e outros, com o suporte do International Standards Organization (ISO) e a International Electrotechnical Commission. O MPEG teve seu início em 1988 como um grupo *ad hoc* cujo objetivo era padronizar esquemas de compressão de dados na radiodifusão, nas telecomunicações e nas indústrias de eletrônicos para uso doméstico. (STERNE, 2010)

2.2 Compartilhamento de arquivos

O compartilhamento de arquivos (*file sharing*) é a disponibilização de arquivos digitais para outros internautas através de download na internet. É possível compartilhar também através de dispositivos físicos portáteis. Na maioria dos casos, o compartilhamento de arquivos segue o modelo ponto a ponto (*peer to peer*), popularmente conhecido como P2P, no qual cada usuário de uma rede além de baixar, também envia arquivos. “Esse domínio de troca livre ameaça todos os mecanismos de controle que definem a música como uma commodity sujeita às leis da oferta física e da demanda de pagamento”. (REIS, 2010 apud JOYCE, 2009)

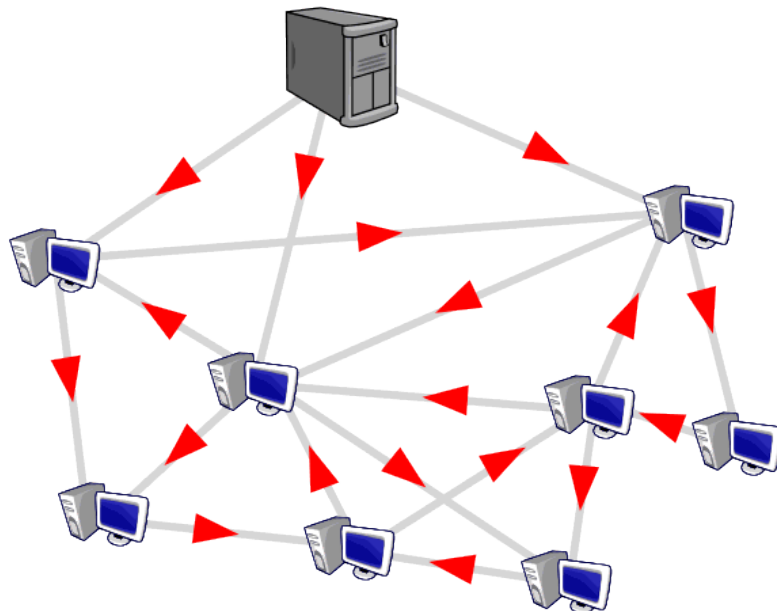


Figura 2: Modelo P2P

Fonte: C'est quoi le Peer-to-peer? (<http://sebsauvage.net>)

2.3 Plataformas de compartilhamento de música através da internet

2.3.1 Napster

O Napster foi o primeiro grande *software* de compartilhamento de arquivos através da internet a chamar a atenção da indústria fonográfica. Criado em 1999 por Shaw Fanning, a ideia era facilitar a troca de arquivos mp3. Menos de dois anos depois, em janeiro de 2001, o Napster alcançou um pico de 8 milhões de usuários conectados, trocando um volume estimado de 20 milhões de arquivos musicais.

Através do compartilhamento, principalmente de arquivos de música no formato mp3, o Napster permitia que se fizesse o download de um determinado arquivo diretamente do computador de um ou mais usuários de maneira descentralizada, uma vez que cada computador conectado à sua rede desempenhava tanto as funções de servidor quanto as de cliente.

O software protagonizou o primeiro episódio na luta jurídica entre a indústria fonográfica e as redes de compartilhamento de música na internet. Em 2000, Lars Ulrich, baterista do Metallica, descobriu que era possível baixar a discografia inteira através da plataforma. A indústria musical ainda configurada segundo o modelo do CD viu-se ameaçada. Marcava o início de uma enxurrada de processos das companhias fonográficas contra o Napster, que acabou não resistindo, e em 2001 encerrou seus serviços. Mas o programa era apenas a primeira geração de compartilhamentos P2P de arquivos digitais. Profundas transformações viriam a acontecer no mercado fonográfico.

2.3.2 Gnutella, Kazaa, Soulseek

Após a extinção dos serviços gratuitos e livres do Napster surgiram inúmeras redes e *softwares* mais aperfeiçoados, que marcam a chamada segunda geração de compartilhamento. Os mais comuns foram o *Gnutella*, o *Kazaa* e o *SoulSeek*. O Napster tinha um sistema centralizado de buscas, no qual as informações dos usuários tinham que passar por um servidor central, já nos *softwares* subsequentes

as redes passaram a ser completamente descentralizadas. Tal mudança tornou o compartilhamento mais dinâmico uma vez que não há um servidor central. O serviço também ficou mais seguro, dificultando o rastreamento.

O programa mais importante dessa segunda geração foi o SoulSeek. A rede foi criada em 2002 e nela o que predominava não eram os arquivos de artistas do *mainstream*²². Sua relevância histórica se dá pelo fato, de nessa época, ter sido responsável pela maior circulação de arquivos raros e de música independente. As digitalizações e *ripagens*²³ caseiras de discos de vinil e CDS começavam a tornar-se comum na rede. Um material que até então havia ficado restrito a um público pequeno passa a ser compartilhado com internautas que buscavam conhecer “novas” bandas. Era o início de uma prática que foi responsável pela formação de um novo tipo de ouvinte e consumidor de música que viria a tornar-se comum.

2.3.3 IRC

O IRC (*Internet Relay Chat*) é um protocolo de comunicação na Internet. Ele é utilizado basicamente como bate-papo (*chat*) e troca de arquivos, permitindo a conversa em grupo ou privada. Seu software cliente mais popular foi o mIRC. Durante algum tempo, mas com uso menos expressivo, também foi possível trocar arquivos mp3 via IRC. Havia diversos canais para compartilhamento de arquivos musicais. Mas as velocidades de envio e recebimento eram lentas e as conexões instáveis. Uma vez que caía a conexão, era necessário retornar a transferência do arquivo desde o início. Diferente das outras plataformas de compartilhamento de arquivos, sua função principal é o bate-papo.

²² *Mainstream* é um termo inglês que designa o pensamento ou gosto corrente da maioria da população. É muito utilizado atualmente referindo-se às artes em geral (música, literatura, etc). Na música representa os artistas que mais geram receita para as gravadoras.

²³ Ripagem é o nome dado ao ato de extrair as faixas de áudio de um vinil, CD, fita cassete. Ou mesmo de vídeo e áudio de seus suportes específicos como o VHS e o DVD. A informação é gravada em outro tipo de mídia, como por exemplo, no HD (disco rígido) do computador. No jargão costuma-se dizer "ripar CDs" ou "ripar DVDs". O segundo significado, mais recente, é oriundo da palavra *Ripper* da língua inglesa. Assim transforma-se os arquivos originais em MP3, (*.mp3), ou em extensões de vídeo como o AVI (*.avi).

Foi muito popular até que, por volta de 2003, começaram a surgir os programas “mensageiros instantâneos” - o mais popular foi o *MSN*, hoje *Windows Live Messenger*.

2.3.4 Torrent

A terceira geração do compartilhamento de arquivos tem início com o *torrent*²⁴. Criado em 2001, o bittorrent atualmente é responsável pelo maior tráfego dentre os serviços de p2p na web. O diferencial e a vantagem do *torrent* é que ele permite o *upload* (envio) de um arquivo ao mesmo tempo em que se realiza o download, sem que ele esteja finalizado. Dessa forma, antes mesmo da pessoa ter o arquivo completo em seu computador, ele já está disseminando em pequenos pedaços na internet. Quanto mais gente conectada com um arquivo (download e upload), mais rápida será a velocidade de compartilhamento.

2.3.5 Sites de hospedagem

Atualmente, além das redes P2P, é possível fazer downloads através de sites de que oferecem o serviço de hospedagem de arquivos. Alguns exemplos são o *Rapidshare*, *4shared*, *Mediafire*, *Dropbox*. Esse tipo de site teve um grande crescimento a partir de 2005, quando começou a ganhar popularidade. Recentemente, o site *Megaupload* foi acusado pelos crimes de pirataria e de lavagem de dinheiro. Em 19 de Janeiro de 2012, foi fechado pelo FBI. Até o momento não existe uma decisão oficial sobre o futuro do site, que atualmente está nas mãos da justiça norte-americana.

²⁴ Torrent (*BitTorrent*) é um protocolo de rede que permite ao usuário realizar downloads de arquivos indexados em websites. O torrent introduziu o conceito de partilhar o que já foi descarregado, maximizando o desempenho e possibilitando altas taxas de transferência, mesmo com um enorme número de usuários realizando *downloads* de um mesmo arquivo simultaneamente.

2.4 Streaming

Outro modelo de compartilhamento de música digital que vem crescendo bastante são os sites de *streaming*. Foi criado durante a metade da década de 90. Nesse modelo, o usuário não precisa baixar o conteúdo para sua máquina.

Streaming é uma forma de transmissão de som e imagem (áudio e vídeo) através de uma rede qualquer de computadores sem a necessidade de efetuar downloads do que está se vendo e/ou ouvindo, pois neste método a máquina recebe as informações ao mesmo tempo em que as repassa ao usuário. (INTERROGAÇÃO DIGITAL, 2012)

Com a expansão da banda larga a partir da metade dos anos 2000, o *streaming* passa a ganhar popularidade. Uma das possibilidades que oferece é a transmissão de conteúdo ao vivo. Já há uma infinidade de sites que usam essa tecnologia para a transmissão de conteúdos musicais. Inclusive nos próprios sites de alguns artistas que já disponibilizam seu disco para audição online, sem a necessidade de download.

Para efeito de análise, abordaremos três sites que se destacam no uso de *streaming* e que, de forma recorrente, são utilizados para a transmissão de conteúdos musicais. São eles: *YouTube*, *Grooveshark* e *SoundCloud*. Apesar de usarem a mesma tecnologia, há pequenas diferenças na forma em que os usuários utilizam seus recursos. Todos os três, ao terem um link de suas páginas colado no Facebook, tem seu conteúdo visualizado diretamente na rede social.

2.4.1 Grooveshark

Grooveshark é um site de compartilhamento de músicas on-line. O site permite que o usuário faça o *upload* de seus arquivos, que ficam disponíveis para outros. Atualmente o Grooveshark conta com um acervo de aproximadamente 15

milhões de músicas. O site garante sua receita através de um acordo com a gravadora EMI para quem vende anúncios.

No Grooveshark é possível fazer *playlists* e salvá-las em uma conta própria. Também é possível navegar por gêneros musicais, álbuns e artistas. Se o dispositivo rádio for acionado, o site oferece uma sugestão automática de músicas e artistas “semelhantes” conforme a programação que for sendo feita pelo usuário. Os arquivos não são vistos na conta de quem fez a postagem, mas sim em uma página padrão do artista autor da música. O Grooveshark também tem a opção de serviço pago que, entre outros benefícios, oferece espaço ilimitado e a não exibição de nenhum tipo de publicidade.

2.4.2 Soundcloud

Atualmente é a plataforma mais utilizada para divulgação de trabalhos autorais. Através de um único *link* é possível acessar a várias faixas musicais disponíveis conforme a ordem planejada pelo autor da postagem. Muitos trabalhos novos, além de postados pra download, estão sendo disponibilizados para audição no SoundCloud. Arnaldo Batista, ex-integrante dos Mutantes, é um dos músicos que utilizam a plataforma. Em sua conta há diversos discos e faixas individuais disponíveis para audição.²⁵

2.4.3 YouTube

O site mais importante de conteúdo em *streaming* é o YouTube. Fundado em fevereiro de 2005, o site permite aos usuários o compartilhamento de vídeos. Foi o primeiro site desse tipo a ganhar popularidade. Em outubro de 2012, o YouTube era o terceiro site mais acessado da internet.²⁶ Desde dezembro de 2010, tornou-se possível postar vídeos de longa duração. Com isto, além de videoclipes e faixas de

²⁵ Disponível em: <<http://soundcloud.com/arnaldo-baptista>> Acesso em 05 de novembro de 2012.

músicas individuais, tornou-se comum encontrar shows e discos completos entre as postagens. Através de uma ferramenta que marca o tempo de início de cada música, é possível selecionar faixas do disco com apenas um clique.

Em relação às experiências de ouvir música através do YouTube, há um tipo de postagem bem interessante: vídeos cujos conteúdos são a filmagem de um disco de vinil tocando. Simula-se uma audição real daquele tipo de suporte. Vemos na cena uma pessoa tirando o vinil da capa e colocando para rodar no toca-discos. Já há muitos usuários entusiastas do vinil que fazem esse tipo de postagem.²⁷

²⁶ Segundo informações do Alexa Internet Inc., serviço de Internet pertencente à Amazon que mede quantos usuários de Internet visitam um sítio da web. Disponível em <<http://www.alexa.com>> Acesso em 05 de novembro de 2012.

²⁷ Na página do usuário “Great Music on Vinyl!”, no YouTube, há diversos vídeos que tem diversos vídeos. <http://www.youtube.com/user/WABCRADIO77> Acessado em 05 de novembro de 2012.

3 CENÁRIO ATUAL

3.1 A prática musical na era digital

No Brasil, em 2002, aconteceu um dos primeiros vazamentos de músicas inéditas de uma banda contratada por uma grande gravadora. Era a gravação de um ensaio do álbum “Ventura”, terceiro trabalho de carreira da banda Los Hermanos. As músicas rapidamente espalharam-se pela rede em um programa de compartilhamento, de forma que não era mais possível controlar. Os integrantes da banda se incomodaram²⁸. Achavam que, por conta do ocorrido, quando o disco chegasse às lojas não haveria uma boa vendagem. Não foi o que aconteceu. Na primeira apresentação das músicas novas em um programa de televisão, antes do lançamento do CD, a banda ficou impressionada com o fato da plateia saber de cor as canções do disco. O resultado é que ao chegar às lojas, o álbum vendeu mais que o anterior e o vazamento acabou sendo considerado o causador do sucesso comercial.

Em 2007, a banda inglesa Radiohead já interagiu com a internet de outra forma. Lançaram o disco “In Rainbows” para download gratuito em seu site, antes mesmo do disco físico ir para as lojas. Ao baixar o disco, havia a possibilidade de ser pago um valor não estipulado pela banda. A ideia era fazer com que as pessoas pensassem sobre o valor daquele material e promover a venda das cópias físicas nas lojas. Em menos de dois meses, mais de um milhão de pessoas visitaram o site e baixaram o disco da banda. Segundo as estatísticas divulgadas, o valor médio recebido por cada download foi de 2,26 dólares. Lucro bruto direto da banda, sem intermediários para distribuição e venda. No esquema tradicional, os artistas receberiam em torno de 15% do lucro nas vendas. Sucesso na internet, depois de

²⁸ “Ficamos muito tristes e desapontados. Porque o que vazou foi uma versão caseira, de gravação de ensaio. E o vazamento foi quando ainda estávamos gravando o disco, então deu um desânimo danado de ter muitos meses de trabalho burlados em um estágio intermediário. Pareceu um desperdício de força.” Marcelo Camelo, integrante do Los Hermanos em entrevista ao Jornal O Estado de São Paulo. 07 de setembro de 2012. Disponível em: http://blogs.estadao.com.br/combate_rock/ventura-e-eleito-o-melhor-disco-brasileiro-de-todos-os-tempos/ Acesso em: 05 de novembro de 2012.

lançado em disco físico, “In Rainbows” alcançou um número expressivo de vendas. (REIS, 2010)

Atualmente os artistas, principalmente os independentes, já utilizam amplamente a internet para lançamento e divulgação de seus trabalhos. De simples ferramenta para download, a rede está evoluindo para o meio de comunicação privilegiado entre os atores do processo fonográfico.

Embora esteja se tornando uma prática rotineira de bandas estabelecidas, a distribuição direta de músicas pela internet é fundamental principalmente para bandas iniciantes ou independentes. Sites de divulgação e de relacionamento como o TramaVirtual ou o MySpace, acabam por ser os responsáveis por “revelar” novos artistas. (REIS, 2010)

Os discos físicos das bandas independentes vendem muito pouco nas lojas. A maioria é comercializada nos shows, a maior fonte de renda. Devido à facilidade de acesso à música através da internet, o disco físico passa a ter um outro significado. Não se adquire o CD e o vinil somente pelo seu conteúdo sonoro, há novos significados para a compra, como a posse do material físico e uma relação de incentivo à produção da banda.

Em entrevista a Nicole Reis (2010), Lucas Pocamacha, guitarrista da banda gaúcha Superguidis, afirma “se surpreender com o número de pessoas que ainda compram o disco da banda mesmo tendo todo o material em mp3 no computador. Principalmente para o público acima de 25 anos, ele acredita que ainda é importante possuir o álbum físico.” Segundo Reis (2010), “as bandas estão escolhendo não pertencer a uma gravadora, para administrar diretamente suas carreiras, ou trabalhar com selos ou produtores independentes”.

As gravadoras só mantiveram sua posição de domínio do mercado por tanto tempo por controlarem o acesso do público aos artistas, por ficarem no meio da relação destas duas partes, entre a produção e o consumo. A internet quebrou esse padrão, e essa é a principal razão do pânico das gravadoras, que agora perdem o controle sobre os artistas, os quais podem ter contato direto com os fãs e atingir muito mais pessoas do que pelos esquemas tradicionais de marketing. (REIS, 2010)

A divulgação do trabalho na internet tem propiciado novas formas de consumo de música. Existem diversos tipos de comportamento, desde o ouvinte que apenas baixa o disco de artistas que já lhe são conhecidos, ao que busca novos nomes e através do download faz uma “experimentação”. Depois, se gostar do que ouviu, vai ao show e pode acabar comprando o disco. As próprias bandas, muitas delas, disponibilizam o disco em seu site para *streaming*, download (acompanhado do encarte em formato digital) e compra direta.

O site *Digital Music News* relacionou 14 razões para as bandas liberarem seus discos para download. São eles:

1. Dados – É possível coletar dados estatísticos de quem baixa suas músicas.
2. Controle de qualidade – Já que as músicas serão copiadas, que sejam em arquivos de alta qualidade.
3. Vazamentos = Barulho (*buzz*) – Faixas que “vazam”, de maneira proposital ou não, geram barulho entre as pessoas.
4. Pesquisa de Mercado – É uma maneira gratuita de testar novos sons com as plateias.
5. Pode acabar com a “escuridão” da banda.
6. É uma grande maneira de dizer “foda-se” para sua gravadora (e ser demitido).
7. Pode dar gás a ações de marketing – Como por exemplo colocando um download grátis em uma campanha maior.
8. Pode levar a downloads pagos de conteúdo similar.
9. Pode levar a compras de outros artigos como vinil, ingressos para shows, versões digitais exclusivas.
10. Permite interagir com o público, que pode colocar a “mão na massa”.
11. Permite a produção de grandes pacotes – Como discos em jornais, revistas, etc.
12. Estimula a compra do formato físico – Um vinil com um código download tem mais valor.
13. Promove a “viralização” das músicas.

14.Recompensa a lealdade de fãs que vão a shows, participam de fã clubes, etc. (DIGITAL MUSIC NEWS, 2012)²⁹

Hoje em dia, para gravar música não é necessário mais tantos recursos como foi durante muito tempo. As tecnologias baratearam. Os negócios e as produções descentralizaram-se. Uma vez gravado, o material pode ser disponibilizado em suportes digitais prescindindo de qualquer mídia física. Mas antes da música digital não era assim. De forma que um disco significava a única possibilidade de uma banda poder mostrar sua música.

Daniel Romani (Módulo 1000) e “Pedrão” Baldanza(Som Nosso de Cada Dia³⁰) comparam os distintos cenários para a produção musical e abordam sobre o que representava gravar um disco naquela época, visto que hoje as bandas têm a possibilidade de disponibilizar as músicas na internet, prescindindo de um suporte físico.

Daniel Romani (Módulo 1000)

Na década de 70, gravar um disco era tudo que uma banda desejava, pois além de significar status, era uma garantia para se fechar contratos, obter entrevistas em jornais e revistas da época e fazer apresentações na TV com uma certa frequência. Hoje em dia, a tendência é divulgar trabalhos na internet, que por um lado diminui as vendas de CDs e até LPs, que estão de volta, e por outro serve para promover shows, que é a fonte de renda real do músico atual. Eu, particularmente, convivo com isso, mas não me satisfaço com a proposta. Essa história de baixar música para não comprar o CD é na minha opinião, um retrocesso. Eu gosto do CD que tem encarte com as letras, fotos dos músicos, apresentação de toda a equipe envolvida na realização do projeto, o trabalho gráfico, etc. Mas, cada qual com suas prioridades... (Daniel Romani, Módulo 1000. Entrevista realizada em novembro de 2012)

²⁹ DIGITAL MUSIC NEWS, 2012. **14 Reasons to Give Away Your Music for Free...** 07 de novembro de 2012. Disponível em: <<http://www.digitalmusicnews.com/permalink/2012/121106reasons>> TENHO MAIS DISCOS QUE AMIGOS, 2012. (tradução do site TENHO MAIS DISCOS QUE AMIGOS)

³⁰ Módulo 1000 e Som Nosso de Cada Dia são bandas de rock dos anos 70. Dois dos grupos que têm suas trajetórias abordadas neste trabalho.

Pedro Baldanza (Som Nosso de Cada Dia)

Naquela época (década de 70) os investimentos necessários para se ter um estúdio e todo o material utilizado nas gravações eram altíssimos. Apenas as grandes companhias é que podiam ter e manter. Por isso, para qualquer artista da época era a coroação e a grande possibilidade de ser ouvido e trilhar a ambicionada carreira artística. As gravadoras tinham o poder no mercado e isso era fundamental para que tua música pudesse estar dentro das rádios e televisões, únicos meios disponíveis na época para divulgação massiva. Bem diferente de hoje, tempo em que qualquer cidadão pode, com poucos recursos financeiros, ter um estúdio em casa. Pode ele mesmo criar sua rede de fãs e compradores. Pode divulgar através das redes sociais seu produto e quem sabe até conseguir viver abastadamente dele. São outros tempos! (Por outro lado) Acho que são até mais difíceis. Hoje existem recursos, mas há uma falta cada vez maior de mão de obra qualificada. (Pedro Baldanza, Som Nosso de Cada Dia. Entrevista realizada em novembro de 2012)

3.2 Um novo mercado para as majors

As gravadoras *majors* ainda têm alguma resistência para disponibilizar materiais gratuitos porque seguem apostando nas grandes vendas dos discos físicos de artistas populares. Mas o que se verifica é que a indústria fonográfica tende a adaptar-se às inovações tecnológicas e a refazer a estrutura do seu negócio. Dessa forma, a fim de criar novos modelos de distribuição e produção, as grandes companhias também passam a desenhar negócios na internet.

A indústria musical, tal como seu modelo de negócios, está se reinventando. O mundo de 2009 é completamente diferente do mundo de cinco anos atrás. As gravadoras mudaram sua maneira de fazer negócios reestruturando suas operações para atender as demandas da nova maneira que a música é distribuída e consumida. (KENNEDY, 2009)

Nos últimos anos, os serviços *iTunes*, *Spotify* e *Deezer*³¹ são as plataformas que mais contribuíram para o crescimento do setor. Estão presentes em 58 países. No início de 2011 apenas 23 países tinham estes serviços. Aumentou especialmente o número de usuários que assinam serviços mensais: 65% a mais do que o número registrado em 2010. (PRONIN, 2012) Um site brasileiro que pratica este tipo de negócio é o Rádio UOL³². Nele é possível ouvir diversos álbuns e faixas gratuitamente. Ao lado dos arquivos há *links* que levam ao UOL Megastore onde é possível fazer o download pago. Consultado em novembro de 2012, a maioria das faixas custavam R\$1,99.

O compartilhamento de arquivos e as lojas virtuais acabam com a necessidade da pessoa ir até uma loja física. Em sua casa, através da internet, ela tem acesso a acervos gigantescos de música. Por conta disso, grandes lojas fecharam as portas e migraram para a internet. Uma delas foi a norte-americana Tower Records, cadeia gigante de lojas de discos, que após 46 anos de atividades, em 2006 encerrou os negócios. Restou apenas a loja virtual (Tower.com), que logo depois foi incorporada por outra companhia.

As lojas de disco desapareceram quase completamente, os pequenos comerciantes fecharam as portas. As cadeias sobreviventes são aquelas que diversificaram seus serviços, deixando de depender das vendas de música. A Virgin Megastores, uma das cadeias de lojas de CDs mais conhecidas do mundo, anunciou em 2008 o fechamento de suas últimas unidades, incluindo a icônica loja da Times Square, em Nova Iorque. (MORAIS, 2009)

Segundo o relatório de 2011 da IFPI – International Federation of The Phonographic Industry – organização que representa as 1400 maiores gravadoras de 75 países, as vendas globais de música digital tiveram um aumento de 8% comparadas ao ano de 2010. No Brasil, o crescimento dos negócios na área digital foi de 12,8%. E a expectativa é de que em 2012 apresente um forte crescimento, impulsionado pela chegada do *iTunes* e vários outros serviços online.

³¹ *iTunes*, *Spotify* e *Deezer* são lojas virtuais que disponibilizam enormes acervos para *streaming* ou download pago. O acesso se dá através do site ou de aplicativos instalados na máquina.

³² Disponível em <<http://www.radio.uol.com.br>> Acesso em 05 de novembro de 2012.

“Frances Moore, CEO da IFPI, comenta o relatório: "Há boas razões para ser otimista no mundo da música digital. Os serviços legais estão se expandindo pelo globo (...) É hora de lutar contra a pirataria tanto a nível governamental quanto aumentando o círculo de intermediários envolvidos com a indústria". Os intermediários a que Moore se refere são os mecanismos de busca, sites de armazenamento e provedores de acesso.” (PRONIN, 2012)

3.3 O conceito de álbum

Quando surgiu a possibilidade de fazer o download de arquivos musicais na internet, a conexão ainda não possibilitava baixar discos inteiros. Demoraria horas, ou dias. Então o internauta costumava baixar faixa a faixa e, nem sempre, todas as faixas de um disco. A concepção de álbum, que surgiu com o *Long Play* de 78 r.p.m, parecia estar com o dias contados.

Um disco, em seu formato físico tradicional, é formado por um conjunto de elementos, não se restringe apenas ao áudio gravado. Esse conjunto compreende as músicas, a arte gráfica, o contexto histórico e social em que foi gravado e lançado, a formação da banda, etc. O disco de vinil inclusive tinha uma característica própria, que era a disposição das músicas em dois lados diferentes.

Os conceitos de Lado A e Lado B vêm de longa data, quando era comum na indústria fonográfica lançar os compactos, ou singles, aqueles pequenos discos de vinil que traziam apenas uma música de cada lado. No primeiro, a canção de trabalho, feita para as rádios; no outro, uma composição menos óbvia. Com o tempo, surgiram inúmeras coletâneas reunindo os lados B deste ou daquele artista, apresentando facetas incomuns deles, com obras mais experimentais, releituras e interpretações inusitadas, até de músicas alheias. (Zanoli, 2012)

Com o download de faixas individuais a pessoa pode fazer sua própria *playlist*³³, estabelecendo a ordem que mais lhe agrada. Diversos músicos, jornalistas

³³ Playlist é uma sequência estabelecida de músicas que podem ser tocadas em sequência, ou em modo aleatório.

especializados, representantes da indústria, julgaram que a migração do CD para o arquivo digital acabaria implicando na extinção do conceito do disco com uma ordem preestabelecida das faixas, escolhida durante a produção.

Após o alargamento das bandas de internet e avanço das tecnologias de compartilhamento e armazenamento, criou-se a possibilidade de baixar os álbuns e, através de um único arquivo *torrent*, até mesmo a discografia completa de um artista. Aos poucos, a disponibilidade de álbuns na rede foi se tornando maior que a de faixas individuais.

A mesma tendência se verifica no mercado de downloads pagos. Dados do mercado de música digital no primeiro semestre de 2012 indicam que as vendas de álbum voltaram a crescer³⁴. Por dois trimestres consecutivos, a receita com downloads de álbuns completos ultrapassou a de faixas individuais. De acordo com a British Phonograph Industry (BPI), entidade que representa a indústria da música na Grã Bretanha, a receita com o álbuns completos para baixar cresceu 22,7% nos primeiros três meses de 2012.

As previsões de fim do álbum parecem não ter se confirmado e esse “conjunto fechado” de músicas volta a ser o formato consumido. “É preciso lembrar que 68% das receitas totais com a música gravada vêm da venda de álbuns, seja no formato físico ou no digital (CD)”, ressalta Gabriela Lopes, diretora de Pesquisa de Mercado da IFPI – International Federation of The Phonographic Industry.

O produtor e músico Charles Gavin, que promoveu e supervisionou o relançamento de dezenas de álbuns em CD para várias gravadoras brasileiras, diz não estar surpreso com a virada dos álbuns. “Embora nem sempre o álbum tenha um conceito, sendo eventualmente uma coleção de canções, é sempre um retrato de um momento da carreira do artista. E o fã gosta disso”, nota ele. (PINTO, 2012)

³⁴ PINTO, Rodrigo. **Álbuns superam faixas e se reafirmam como carro-chefe da indústria fonográfica.** BBC Brasil em Londres, 21 jun, 2012. Disponível em: <http://www.bbc.co.uk/portuguese/noticias/2012/06/120620_album_rp_2.shtml>. Acesso em 05 de novembro de 2012.

4 FUNÇÃO JORNALÍSTICA E DE MEMÓRIA NOS BLOGS DE MP3

No princípio do compartilhamento de música na internet, não havia muita informação sobre o conteúdo que circulava nas redes. A busca por material musical se dava diretamente através dos softwares, sem a mediação de páginas na web. A interação com o programa limitava-se em buscar pelo nome do arquivo ou pelos metadados (ID3)³⁵ agregados a ele. Em muitos casos, esses metadados não eram preenchidos ou circulavam com dados errados – o que continua sendo comum até hoje.

A carência de informações provocava alguns equívocos. Por exemplo, um caso brasileiro. Na época em que o Napster popularizou-se, por volta dos anos 2000 e 2001, circulavam em sua rede vários arquivos da música “Um lugar do caralho”, do músico gaúcho Júpiter Maçã. Faz parte do seu primeiro disco em carreira solo *A sétima efervescência*, de 1997. Apesar de hoje ser um trabalho celebrado pela crítica musical, naquela época Júpiter ainda não era muito conhecido fora do Rio Grande do Sul. Vários desses arquivos continham a informação de que o autor da música seria Raul Seixas, fato que provavelmente ajudou a ampliar a circulação dos arquivos e conseqüentemente – com a verdade esclarecida – levou o nome de Júpiter a outros lugares do país.

Como exposto no subcapítulo de plataformas de compartilhamento, os arquivos raros e de bandas pouco conhecidas do Brasil inicialmente tiveram no software SoulSeek seu meio de circulação principal. Quase simultaneamente, surgiram as comunidades do Orkut dedicadas a esses artistas e à cena musical da qual pertenciam. Foi quando as informações sobre os arquivos compartilhados começaram a surgir. O momento marcava também a formação de grupos de pessoas com interesses específicos. Eram ouvintes, músicos e, às vezes, os próprios integrantes das bandas que se encontravam nessas comunidades. Neste caso, um público que estava em busca de bandas brasileiras desconhecidas, ou

³⁵ Grande parte dos arquivos digitais, como texto, áudio, vídeo, têm metadados integrados. São dados além do nome do arquivo. No caso do MP3 são chamados de ID3 e é possível adicionar informações em diversos campos, por exemplo: “nome do artista”, “título da faixa”, “álbum”, “ano” “gravadora”, etc. Atualmente já existem bons programas para editar os metadados, um exemplo é o MP3tag. Mas isso nunca foi uma prática disseminada.

mais especificamente – foco deste trabalho – buscando informações sobre a cena rock brasileira da década de setenta.

Pouco tempo depois, com o advento da web 2.0 que marcou a possibilidade de protagonismo do internauta na rede, essas funções de informação e de espaço de aglutinação migrariam para os chamados “blogs de mp3”.

A web 1.0 trouxe grandes avanços no que diz respeito ao acesso à informação e ao conhecimento, porém a filosofia que estava por detrás do conceito de rede global foi sempre a de um espaço aberto a todos, ou seja, sem um “dono” ou indivíduo que controlasse o acesso ou o conteúdo publicado. Houve sempre preocupação por tornar este meio cada vez mais democrático, e a evolução tecnológica permitiu o aumento do acesso de utilizadores possível pela largura de banda das conexões, pela possibilidade de se publicarem informações na web, de forma fácil, rápida e independente de software específico, linguagem de programação ou custos adicionais. (...) A Web 2.0 prima pela facilidade na publicação e rapidez no armazenamento de textos e ficheiros, ou seja, tem como principal objectivo tornar a web um ambiente social e acessível a todos os utilizadores, um espaço onde cada um seleciona e controla a informação de acordo com as suas necessidades e interesses. (COUTINHO; BOTTENTUIT, 2007).

Em meados da década passada, os blogs de mp3 passaram a se proliferar na internet. Fruto de iniciativas individuais e não remuneradas, as postagens geralmente incluem *link* para download do álbum, arte gráfica e informações acerca da gravação, do artista e do contexto histórico em que foi produzido. Além disso, através dos comentários, informações novas vão sendo reunidas.

Os blogs de música tornaram-se comuns tornaram-se comum desde o início de 2003, geralmente mantendo um gênero musical como referência e oferecendo arquivos de áudio com as obras comentadas nos textos. Nesse caso, há uma mescla de comunidade musical e de conhecimento, pois músicas são disponibilizadas e a expertise do organizador do site garante observações interessantes. Embora um blog seja usualmente produzido e coordenado por apenas um indivíduo, há o agrupamento de pessoas que visitam o site regularmente e postam comentários, centralizando um ponto de encontro para os interessados no estilo musical em foco. (GOHN, 2008)

O primeiro blog brasileiro a chamar a atenção foi o *Loronix*³⁶, pela qualidade, quantidade e por em suas postagens haver muitas gravações raras. A publicação era dedicada principalmente à Bossa Nova e outros gêneros das décadas de 50 e 60. “Zeca Louro” (pseudônimo do autor do blog) publicava os textos em inglês e através de um aplicativo instalado na página era possível ver que muitos dos visitantes eram de outros países. O blog com o maior acervo de música brasileira é o *Um Que tenha*³⁷. Há um extensa lista com o nome de artistas, desde os mais celebrados aos desconhecidos. Seu espectro é mais abrangente, desde que sejam discos brasileiros. Mas há também diversos blogs com postagens mais específicas: música instrumental brasileira, sambas antigos, etc.

Os primeiros blogs de mp3 voltados às bandas pouco conhecidas do rock brasileiro a se destacarem foram o *Lágrima Psicodélica*³⁸ e o *Brazilian Nuggets*³⁹. Ambos disponibilizavam um acervo gigantesco, com foco principalmente no rock psicodélico e no rock progressivo, mas abrangendo todos os estilos. O critério maior era que fossem discos pouco conhecidos, de modo que outros gêneros musicais também tinham espaço nas páginas. Outro blog importante que merece ser citado é o *Eu Ovo*⁴⁰, na ativa desde 2006. Suas postagens vão desde discos clássicos fora de catálogo até lançamentos atuais da música brasileira.

Um público que até então era disperso tem na internet, através dos blogs, lugar privilegiado como ponto de encontro. Dessa forma passam a ser constituídos, cada vez mais, nichos culturais de acordo com gostos e buscas específicas.

³⁶ Seu endereço era <<http://loronix.blogspot.com>>. O “Loronix” manteve-se em atividade até setembro de 2009. Após seu fim inesperado, com o intuito de reunir todo o acervo, informações e mensagens postadas no blog, um ex-visitante fundou o “Órfãos do Loronix”. Disponível em: <<http://orfaosdoloronix.wordpress.com/>> Acesso em 05 de novembro de 2012.

³⁷ Disponível em: <<http://umquetenha.org/uqt/>> A última postagem do blog, do dia 10 de outubro, informa que o Rapidshare (página de hospedagem de arquivos) bloqueou a conta e os arquivos postados pelo administrador. Outros problemas semelhantes já haviam acontecido com o Um Que Tenha. Acesso em 05 de novembro de 2012.

³⁸ Disponível em <<http://lagrimapsicodelica2.blogspot.com.br/>> O Lágrima Psicodélica mudou seu formato e, em vez de disponibilizar discos para download, passou a funcionar como uma rádio online. Acesso em 05 de novembro de 2012.

³⁹ Disponível em <<http://brnuggets.blogspot.com.br/>> Em junho de 2012, após seis anos de atividades e com mais de um milhão de visitas, o Brazilian Nuggets teve seus arquivos desativados pelo Mediafire (página de hospedagem de arquivos) Acesso em 05 de novembro de 2012.

⁴⁰ Disponível em <<http://euovo.blogspot.com.br/>> Acesso em 05 de novembro de 2012.

Gêneros que, até então, tinham pouca visibilidade por não representarem um produto de retorno comercial, como a música pop instrumental, passam a encontrar relevância ao somar, na internet, pequenas parcelas de público interessadas neste tipo específico de produto. Por isso, em uma realidade que dá espaço de consumo para um número incalculável de artistas, em oposição à limitação física orçamentária das gravadoras tradicionais, pensar em mercados de nicho parece fazer mais sentido do que uma lógica única para se lidar com a cultura de consumo. (NOGUEIRA, 2011)

5 ROCK BRASILEIRO DOS ANOS 70

5.1 O cenário

Durante muito tempo, a história do rock no Brasil parecia ter começado ou tomado força a partir dos anos 80. Essa era a impressão que se tinha, já que a indústria fonográfica não se preocupava em relançar os discos de vinil em CD. Dessa época, fazem parte bandas como Paralamas do Sucesso, Barão Vermelho, Titãs, Aborto Elétrico, Legião Urbana e carreiras individuais como Lobão e Cazuza.

Na história do rock nacional, eram raros os nomes que apareciam representando a década de 70, apenas os de artistas que alcançaram algum sucesso comercial ou que tiveram exposição na grande mídia. Talvez os mais expressivos tenham sido Raul Seixas, Mutantes, Secos e Molhados, Novos Baianos, Rita Lee, Tutti Frutti e Made In Brazil.

A década foi muito mais rica, houve uma profusão de cenas de rock pelo país inteiro. São Paulo, Rio de Janeiro, Recife, Porto Alegre, Belo Horizonte, foram muitas as cidades onde uma juventude influenciada pela efervescência cultural que se vivia buscou mostrar rebeldia e arte através da música. Mas pelas dificuldades enfrentadas, poucas conseguiram seguir suas carreiras.

As bandas passavam por diversas privações, desde a falta de equipamentos à acusação de antinacionalistas. Não era fácil ter um disco lançado por uma gravadora, etapa necessária para quem almejava viver de música. E, para piorar, havia a ditadura apertando o cerco pra todo mundo.

Para o regime militar, não importava muito do que tratavam as letras das músicas. Algumas até poderiam ser alheias ao contexto político, ou abordarem outros temas - embora alguns artistas realmente estivessem mais preocupados em buscar uma via alternativa ao momento tenso que se vivia no país. Havia se tornado impossível bater de frente com o regime. Mas para a censura nada disso importava, tudo era motivo de desconfiança e a intolerância imperava.

Com a repressão política onipresente e cada vez mais truculenta e paranoica, a música popular contestava a rigidez do regime na liberação da sexualidade e da linguagem, no desbunde das drogas e do individualismo exacerbado. No fim, tudo acabava sendo político, até quando não queria ser. (MOTTA, 2000)

Entre 1968 e 1972, enquanto o rock despontava mundo afora, no Brasil foi produzido pouca coisa do gênero. Durante esses anos, poucas bandas conseguiram gravar discos.

A ditadura via no rock um perigoso aliado da rebeldia da juventude. E essa mesma juventude tinha muita dificuldade em estar sintonizada com o que acontecia com o rock nos EUA e Inglaterra. São inúmeros casos de discos que foram lançados aqui com atraso e outros tantos mutilados (com edições limadas, capas diferentes das originais, etc.), além, é claro, dos muitos que não chegaram nem a ser lançados. Por outro lado, a inventividade de nossa música também era atrativa aos jovens, que se identificavam com as canções de protesto e o espírito também jovem da MPB da época. Justamente o período de transição entre os Beatles e as novas tendências do rock - psicodelia, arte-rock e rock pesado - na virada dos anos 60 para os 70 foi o período de maior vácuo para o rock brasileiro, que ainda vagava pelo som beat da Jovem Guarda (já descambando gradativamente para uma música pop de orientação adulta). (RODRIGUES, 2010)

Durante esse período, o rock estava integrado aos projetos de MPB que tinham no gênero uma das influências para suas músicas. Principalmente a influência dos Beatles. Esses anos foram responsáveis pelo auge do tropicalismo. Alguns títulos importantes dessa sintonia entre rock e música brasileira foram os discos “Transa” de Caetano Veloso, “Expresso 2222” de Gilberto Gil, “Eu quero é botar meu bloco na Rua” de Sérgio Sampaio, “Clube da Esquina” de Milton Nascimento e Lô Borges, “Passado, Presente e Futuro” de Sá, Rodrix & Guarabyra, “Fa-tal” de Gal Costa e “Acabou Chorare” dos Novos Baianos. São trabalhos que tiveram boa repercussão entre o público que curti rock e alcançaram uma ponta de sucesso dentro do mercado musical brasileiro.

Dos discos essencialmente rock produzidos nesse período (1968-1972), dá para citar o “Não Fale com Paredes” do Módulo 1000, “Geração Bendita”, trilha

sonora do filme “É isso aí Bicho”, pela banda Spectrum, os compactos “18:30/Sem Nada” da Bolha, os discos do Som Imaginário e dos Mutantes e alguns poucos ainda mais desconhecidos. (RODRIGUES, 2010)

Sobre o mercado fonográfico da década de 70, Daniel Romani, guitarrista do Módulo 1000, declarou:

O mercado fonográfico nos anos 70 se preocupava em lançar os grandes nomes da música nacional e, em menor escala, a música que vinha do exterior. Bandas nacionais de rock encontravam grandes dificuldades para a assinatura de um contrato que lhes permitisse gravar o material que compunham. Este material, via de regra, era visto como anticomercial pelas gravadoras. (Daniel Romani, Módulo 1000. Entrevista realizada em novembro de 2012)

Já Pedro “Pedrão” Baldanza, vocalista e baixista do Som Nosso de Cada Dia, falou de forma mais favorável sobre o cenário daquela época.

As condições de mercado nos anos setenta eram muito boas para alguns artistas. Acredito eu que bem mais prósperas do que são agora. Quero dizer: as gravadoras tinham uma preocupação com o artista como um todo. Investiam na carreira e não apenas em um disco. Cuidavam da imagem e divulgavam pelos meios disponíveis na época da melhor forma possível. Muitas carreiras se firmaram no nosso mercado em função justamente deste pensamento. (Pedro Baldanza, Som Nosso de Cada Dia. Entrevista realizada em novembro de 2012)

O rock nacional setentista teve poucos veículos de divulgação. Dois deles eram no rádio. Como era difícil adquirir os discos importados naquela época, os programas que tinham rock na programação eram de fundamental importância. No Rio de Janeiro, a Eldorado FM, conhecida como Eldo Pop, tocava material inédito no país, principalmente rock progressivo e hard-rock. A rádio durou de 72 a 78, até pouco tempo depois da morte de seu famoso disc-jóquei Big Boy. Era ele quem conseguia o material para ser veiculado na rádio. Big Boy é famoso por ter sido responsável na formação de uma geração de roqueiros.

Em São Paulo, havia o programa Kaleidoscópio, na América AM. Apresentado diariamente por Jacques Kaleidoscópio durante as madrugadas.

Tocava muito rock em sua programação e o público podia assistir ao programa no próprio auditório da rádio.

Outra mídia de grande importância foram as revistas. Havia a “Hit-Pop”⁴¹ (antes chamada de Geração Pop) e a “Rock: A História e a Glória”, que “além de anunciarem as novidades lançadas no Brasil e no mundo, encartavam pôsters de bandas que despontavam na época e traziam algumas resenhas e entrevistas.” (RODRIGUES, 2010)

Até 1973, a banda de rock que fazia mais sucesso era Os Mutantes. Eles já haviam lançado cinco discos. Seus músicos eram dos poucos que tinham acesso a equipamentos de qualidade. Então surge uma outra banda, de uns caras maquiados e um cantor performático, era o Secos e Molhados.

Em 1973, um acontecimento marcante que abriu a porta para que outros conseguissem ao menos um registro fonográfico – o sucesso meteórico dos Secos & Molhados. Este é um grupo em que o binômio Rock-MPB é constante. Ganhando premiação pelas vendas de seu disco homônimo e lotando ginásios por onde passava, a banda conseguiu colocar hits no rádio e aparecer na TV, com um som bastante artístico, performático, ousado e de bastante qualidade. Um feito realmente único até então e que fez com que as gravadoras passassem a compreender um pouco melhor o que era o rock e o poder que ele possuía. (RODRIGUES, 2010)

Após o Secos e Molhados estourar, rendendo lucros para a Continental, as gravadoras perceberam que havia a possibilidade de ganhar dinheiro com rock. Espalharam “olheiros” em busca de novos talentos.

Uma das descobertas foi o Ave Sangria, de Recife. O grupo, que misturava elementos nordestinos com rock, já fazia muito sucesso tocando em bares e festivais da cena pernambucana. Foi quando um “olheiro” da Continental os convidou para gravar um disco no Rio de Janeiro. De nome homônimo, em 1974 saiu o primeiro e único disco do Ave Sangria. Foi um sucesso. Em um mês, a música “Seu Valdir” já era a 11ª mais tocada das rádios. A música, cuja letra fazia alusão a uma relação homossexual, não agradou a um grupo de jornalistas que

⁴¹ Mais tarde, no final da década, a revista “Hit-Pop” já chamando-se apenas “Pop” seria responsável pelo lançamento da primeira coletânea de músicas punk no Brasil. Essa história é abordada no documentário “Botinada, a história do punk no Brasil”, de 2006, dirigido por Gastão Moreira.

passou a fazer-lhe contracampanha na televisão. A censura imediatamente reagiu. Proibiu que a música continuasse a ser tocada nas rádios e recolheu os discos da loja. Um mês depois, o disco voltou sem “Seu Valdir”, mas já não teve mais o mesmo impacto. Nas palavras de Marco Polo, cantor da banda, foi “uma ducha de água fria” na carreira deles. A banda acabou pois não tinham mais perspectiva de conseguir contrato para outro disco.⁴²

Foram poucas as gravadoras que decidiram apostar nas bandas de rock. Uma delas foi a Continental, responsável por registros importantes dessa época. Integram o seu catálogo bandas como Almôndegas, A Barca do Sol, Ave Sangria, Bixo da Seda, Moto Perpétuo, Os Incríveis, Novos Baianos, Som Nosso de Cada Dia, Terreno Baldio. Pelo selo Chanteclair, de propriedade da Continental, ainda foi lançado o disco do Perfume Azul do Sol. O grande destaque de sucesso comercial foram os Secos e Molhados.

No ano seguinte, surge à tona uma produção mais intensa das bandas locais. Os shows de Alice Cooper no Brasil arrebataram a atenção de milhares de jovens e colocaram o rock em pauta na grande mídia, para o bem e para o mal. Estes dois fatores propiciaram um tímido deslanche da produção local na época e nos anos de 74 a 76 aconteceram alguns dos melhores trabalhos do rock brasileiro na década de 70. (RODRIGUES, 2010)

Na esteira do otimismo gerado pelo sucesso dos Secos e Molhados, ainda em 1973 a Continental resolveu gravar o disco do Som Nosso de Cada Dia. A banda, formada em 1971, já carregava muitos fãs para seus shows. Gravaram o disco “Snegs”. Depois de pronto a gravadora negou lançar. Alegaram que não havia público para o som pesado que faziam. Um acontecimento inusitado faria com que o disco fosse lançado um ano depois.

Em julho 1974, Alice Cooper veio em turnê ao Brasil e escolheu o Som Nosso de Cada Dia para abrir seus cinco shows pelo país. O som da banda repercutiu bastante e conquistou ainda mais fãs, o que fez a Continental voltar atrás e finalmente lançar o disco. Atualmente “Snegs” é considerado um clássico do rock

⁴² Ave Sangria: sons de gaitas, violões e pés (documentário). 2009. Direção de Raynaia Uchoa e Rebeca Venice. Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=EnA88xRuTGA>> Acesso em 05 de novembro de 2012.

progressivo nacional. O Som Nosso de Cada Dia lançou apenas 2 LPs e um compacto, ambos de estúdio nos anos 70 e, posteriormente, um CD ao vivo em 1994 e um CD duplo também ao vivo com registros inéditos dos anos 70.

Questionados sobre a forma que eram feitos os contratos e as distribuições dos discos, Daniel Romani (Módulo 1000) e Pedro Baldanza (Som Nosso de Cada Dia), responderam o seguinte:

Daniel Romani (Módulo 1000)

Os contratos garantiam às gravadoras que bandas muito experimentais não poderiam "exagerar" em suas pesquisas sonoras, e deveriam se "ajustar" às expectativas da contratante. Isso era muito prejudicial para o exercício da livre expressão, e as músicas acabavam sendo "retocadas" por meio de pressões vindas de superiores. A minha banda, o MÓDULO 1000, sofreu esse tipo de pressão da sua primeira gravadora, a Odeon. Quando fomos para a outra gravadora, a Top Tape, obtivemos liberdade para gravar o material que se tornou o álbum "Não Fale Com Paredes". Quanto à distribuição dos discos, pouco sei, pois éramos uma banda com perfil "underground" e a gravadora não se esforçava para divulgar um tipo de música que eles viam como anticomercial. (Daniel Romani, Módulo 1000. Entrevista realizada em novembro de 2012)

Pedro Baldanza (Som Nosso de Cada Dia)

A maioria dos contratos na época eram todos iguais. Entre as grandes gravadoras existiam acordos por debaixo dos panos que já delineavam a busca do controle total do mercado e ditavam as regras impedindo qualquer tentativa de independência. Havia entre eles (os contratos) algumas pequenas mudanças que dependiam do peso do artista e da capacidade do seu negociador, mas na verdade todos estabeleciam as mesmas regras.

Quanto à distribuição e comercialização eu não sou a pessoa indicada pra responder pois a minha preocupação sempre foi minha arte, minha música. Eu na verdade estava "cagando" montes pra estes esquemas! Se bem que hoje em dia eu penso que poderia ter brigado um pouco com eles sobre estas questões mas... quem sabe. Agora é história. Hoje eu sei como tudo isto funciona mas na época eu nem imaginava. (Pedro Baldanza, Som Nosso de Cada Dia. Entrevista realizada em novembro de 2012)

Nem todas as bandas tiveram a sorte de gravar um disco. Conta-se que das que não conseguiram registrar seu som, havia muitas com bom nível técnico e musical. Outras bandas gravaram discos que nunca foram lançados, impedidos pelas gravadoras. Uma dessas bandas foi o Vímana.

Formada por ex-integrantes do Veludo Azul e do Módulo 1000, o Vímana chamava atenção em suas apresentações devido ao requinte dos arranjos instrumentais. A participação da banda nos festivais Banana Progressiva e Hollywood Rock em 1975 ficaram famosas. Mas só em 1977 eles gravaram o seu primeiro disco, pela Som Livre. Gravaram, mas não lançaram. Apesar de já ser uma banda consagrada no circuito carioca, os produtores da gravadora alegaram o de sempre: não havia público para aquele tipo de música. Um ano depois, sairia apenas um compacto com duas das faixas gravadas para o disco. Este acabou sendo o único lançamento oficial do grupo. Na internet circula também a única gravação em vídeo com a apresentação de uma música no Hollywood Rock. Esquecido no acervo da Som Livre, o disco do Vímana permanece inédito até hoje.

Sem perspectivas de prosperarem em suas carreiras, poucas bandas entraram a década de 80. Para poder viver de música, os músicos decidiram seguir em outros projetos, como as carreiras de sucesso de Elis Regina, Ney Matogrosso e Gal Costa, músicos cujas bandas Pedrão do Som Nosso de Cada Dia depois integraria.

5.2 A (re) descoberta

A transformação da informação analógica em digital e o aprimoramento da internet, com o compartilhamento de arquivos musicais, possibilitou o resgate de uma cena musical esquecida no tempo. Para uma maioria, ainda não havia nem mesmo sido descoberta.

A partir da primeira década deste século, passa então a ressurgir um pedaço da história da música nacional que durante muito tempo ficou restrita ao pequeno público que possuía os discos de vinil daquelas bandas. Para quem não tinha acesso, restavam as poucas histórias contadas.

As *majors*, ao incorporarem as gravadoras menores, tomaram posse de acervos importantes da música nacional. O que parece não ter lógica - mas segue as regras do mercado fonográfico – é que ter feito sucesso na era do vinil, não significou ter seu material relançado em CD. As pessoas adotaram a mudança de tecnologia, mas não houve uma contrapartida da indústria para relançar os discos dos artistas que não eram sucesso de vendas.

Na década de 90, algumas bandas brasileiras tiveram seus discos relançados na Europa. Mas por aqui, apenas nos anos 2000, por fruto de iniciativas individuais, é que o público brasileiro teria a oportunidade de (re) conhecer a música feita naquela época. Uma dessas iniciativas foi a pesquisa feita por Charles Gavin, que rendeu alguns bons relançamentos.

Ex-baterista dos Titãs, Charles Gavin, “coleccionador compulsivo de discos raros em vinil e garimpeiro de sebos”, segundo ele próprio se define em seu site, é responsável pelo relançamento de álbuns fora de catálogo, além de organizar coletâneas para algumas gravadoras. A partir do ano 2000, um punhado desses resgates feitos por Gavin nos porões da Universal rendeu a série Dois Momentos⁴³. Entre outros títulos, essa série resgatou diversos nomes importantes do rock setentista. Para citar alguns: A Barca do Sol, A Cor do Som, Novos Baianos, Pepeu Gomes, Secos e Molhados e Walter Franco. Desde 2007, Charles Gavin apresenta o programa O Som do Vinil no Canal Brasil, dedicado a contar a história da gravação de álbuns considerados clássicos para a música brasileira.

Muitos discos que fizeram sucesso naquela época ainda não saíram em CD. Um deles é o do Ave Sangria. Nunca relançado, circula apenas em vinil, mp3 e edições piratas de CDs.

Com o ressurgimento do nome dessas bandas entre o público roqueiro, seus discos, a maioria deles com poucas cópias, hoje são raros e bem valorizados no mercado de colecionadores de vinil.

Há discos que tiveram tiragens mínimas. Um deles é o “Não Fale com Paredes”⁴⁴, único álbum do Módulo 1000. Gravado pela Top Tape, é um disco cujo

⁴³ No site de Charles Gavin há a lista completa dos títulos lançados pela série Dois Momentos. <http://charlesgavin.com.br/doiis_momentos_2.html> Acesso em 05 de novembro de 2012.

⁴⁴ Remasterizado, com capa original de papel e encarte com as letras, “Não Fale com Paredes” recentemente ganhou versão em CD pelo selo Top Tape. Também há uma edição alemã e outra inglesa.

nome sempre consta na lista dos mais procurados por colecionadores internacionais de discos raros de música psicodélica e progressiva. Ele está no livro "2000 Record Collector Dream", do austríaco Hans Pokora. (ROSA, Fernando. s/d). Segundo a lenda, o disco teria apenas 500 cópias. Sobre as tiragens dos discos, Daniel Romani (Módulo 1000) e Pedrão (Som Nosso de Cada Dia) não souberam precisar.⁴⁵

Daniel Romani (Módulo 1000)⁴⁶

O número de cópias, se não estou enganado, nunca foi divulgado para nós. Essa é uma pergunta que sempre me fazem, e que eu não posso responder. Gostaria também de saber a resposta. (Daniel Romani, Módulo 1000. Entrevista realizada em novembro de 2012)

Pedro Baldanza (Som Nosso de Cada Dia)

Nós nunca tivemos ciência de quantas cópias foram feitas. Na época e até há bem pouco tempo atrás, não havia acordo entre artistas e gravadoras a respeito de como fazer. Parece mentira, mas essa foi história mandada no nosso ouvido durante muito tempo! Hoje já existem mecanismos que permitem você saber, mas... com os piratas tudo isso mudou. Vocês acreditam que existem piratas legalizados? Tudo é possível! (Pedro Baldanza, Som Nosso de Cada Dia. Entrevista realizada em novembro de 2012)

Outro disco de vinil que é bem valorizado no mercado, é o “Paêbiru”, de Lula Côrtes e Zé Ramalho. Lançado em 1975, o álbum duplo com 11 faixas teve uma prensagem de 1300 discos, dos quais 1000 se perderam em uma enchente que ocorreu em Recife naquele ano. Lenda ou verdade, o fato é que uma cópia do “Paêbiru” original atualmente custa em torno de R\$ 4000 mil reais, o que lhe rende a marca de disco mais caro do Brasil. Somente neste ano, em 2012, “Paêbiru” foi relançado em CD e Vinil.

⁴⁵ A falta de controle no número das cópias é uma briga que acompanha os músicos até a era do CD. Em 2003, um grupo de artistas, encabeçados por Beth Carvalho e Lobão, conseguiram a aprovação de uma lei que assegura a numeração dos discos. Na época, Lobão declarou ao portal UOL “Agora (*nós, os artistas*) vamos ter enfim controle sobre o nosso produto, algo que antes ficava apenas nas mãos das gravadoras”. Abril de 2003. Disponível em: <http://cliquemusic.uol.com.br/materias/ver/numeracao-de-cds-e-dvds-ja-e-realidade>> Acesso em 05 de novembro de 2012.

⁴⁶ Em entrevista ao programa Circo Circuito, transmitido via YouTube, Daniel fale um pouco mais o assunto. **Programa Circo Circuito - A história do Módulo 1.000 (entrevista com Daniel Romani)**. YouTube. Disponível em: <<http://youtu.be/WuFIY1W3PjU>> Acesso em 05 de novembro de 2012.

O relançamento desses discos atualmente tem se tornado mais comum, principalmente por selos e pesquisadores independentes que além de apreciadores dos trabalhos veem a oportunidade de fazer bons negócios. São tiragens pequenas em CD ou Vinil, mas que realmente possui um público consumidor. Este cenário se deu principalmente graças à grande circulação que essas obras já vinham tendo há algum tempo na internet.

Independente do relançamento, esses discos ganham divulgação espontânea através da internet e conquistam novos públicos reunidos em nichos específicos. Marco Polo do Ave Sangria, cujo disco nunca foi relançado, falou sobre isso em uma entrevista realizada pela editora do blog “P2P e cultura digital livre”⁴⁷ do Estadão.

Marco Polo, o vocalista, diz não saber exatamente quando o disco caiu na web pela primeira vez. O que ele sabe é que, por volta de 2007, vários estudantes começaram a ir atrás da banda. “Começaram a aparecer convites de entrevistas, shows, documentários”, conta. “Eu percebi que era coisa da internet”.

E era. O disco foi postado em blogs de música alternativa e começou a ser replicado. A base de fãs se multiplicou. Marco Polo diz que um amigo estima que o disco tenha sido baixado 30 mil vezes. Aposto que o número é muito maior. (DIAS, 2012)

Questionados sobre quando haviam se dado conta de que os trabalhos de suas bandas circulavam na internet, Daniel (Módulo 1000) e Pedrão (Som Nosso de Cada Dia) responderam:

Daniel Romani (Módulo 1000)

Por volta do ano 2000. Até lá, eu não sabia que havia LPs e CDs lançados na Alemanha pela “World In Sound” (selo musical) e em outros países, assim como aqui no Brasil, onde o CD foi lançado pelo projeto Luz Eterna. Daí para descobrir as músicas na internet, foi um passo. (Daniel Romani, Módulo 1000. Entrevista realizada em novembro de 2012)

⁴⁷ DIAS, Tatiana. **Da poeira aos holofotes, 38 anos depois, graças à internet.** “P2P e cultura digital livre” (Blog) Estadão.com.br, 17 de junho de 2012. Disponível em: <<http://blogs.estadao.com.br/tatiana-dias/da-poeira-aos-holofotes-38-anos-depois-gracas-a-internet>> Acesso em 05 de novembro de 2012.

Pedro Baldanza (Som Nosso de Cada Dia)

Eu me toquei disso a partir de 2003/2004. Através dos meus filhos, pois como sou um dinossauro análogo eu me recusava a tentar entender o mundo virtual. Mas acabei me rendendo ao novo e a partir dali passei a entender o porque do renovado interesse pela história da banda. (Pedro Baldanza, Som Nosso de Cada Dia. Entrevista realizada em novembro de 2012)

Artistas e bandas que fizeram sucesso nos anos 70, também se beneficiaram com a internet. Um exemplo é o Secos e Molhados, que em 1973 alcançou a marca de disco mais vendido do ano com 1 milhão de cópias. Venderam muito, mas esse material estava “esquecido” nos discos de vinil. Foi relançado em CD por Charles Gavin. Mas foi o compartilhamento de seus arquivos na internet que lhe deu projeção. A mesma coisa aconteceu com os Mutantes, Novos Baianos e todos os grupos da época.

Com o mp3 e sua infinita reprodutibilidade não importa mais quantos discos tenham sido prensados, todas as bandas se igualam na possibilidade de chegar ao público. Bandas que são sempre lembradas e tem seus discos circulando cada vez mais no mundo digital.

5.3 Aos palcos novamente

Após o reconhecimento e disseminação da cena rock da década de 70, algumas das bandas daquele período estão se reorganizando e voltando aos palcos. Umas são bem requisitadas para tocarem na íntegra discos clássicos de sua trajetória. Na sucessão dos acontecimentos, esse retorno representa uma consequência dos novos públicos alcançados.

O Som Nosso de Cada Dia havia feito o último show em 1977, no Teatro Municipal de São Paulo. Em 2008, foi convidado pela organização da Virada Cultural para coincidentemente tocar no mesmo espaço o disco “Snegs”. Em 2009, foram convidados também pra tocar no festival Psicodália em Santa Catarina. Questionado

se a internet foi importante para a retomada dos shows da banda e sobre como se deu esse processo, Pedrão relativizou.

O que realmente trouxe o SNCD (Som Nosso de Cada Dia) à tona para fazer shows foi o convite do Zé Mauro. Ele pediu que eu recriasse o disco do SNCD chamado “Snegs” para apresentá-lo na Virada Cultural de São Paulo em 2008. Foi uma noite de gala pois fizemos o “Snegs” à meia noite no histórico palco do teatro Municipal de São Paulo. É claro que o interesse pelo SNCD criado na rede por antigos fãs colaborou sobremaneira para uma maior divulgação da história da banda bem como aumentou muito o número de interessados em conhecer melhor o nosso trabalho. É a mídia do futuro não há como negar! Já é uma realidade e tem a rapidez e facilidade em levantar as histórias. Isso é muito bom para as novas gerações e para nós que vemos com imenso prazer nossa música ser novamente apreciada! (Pedro Baldanza, Som Nosso de Cada Dia. Entrevista realizada em novembro de 2012)

O Módulo 1000 não está na ativa, mas Daniel Romani, que em 2013 deverá lançar um projeto pessoal seguindo o conceito da banda, também opinou sobre a importância da internet para sua atividade de músico.

A internet possui um poder incrível para disseminar informações, e foi assim que pude estabelecer contato com inúmeras pessoas daqui e do exterior. Isso deu origem a uma quantidade grande de entrevistas, envio de material para vários países, e recentemente , um contrato com a “Cherry Red Records”, gravadora inglesa que distribui nossos CDs e LPs na Europa, Ásia e Estados Unidos. Estamos finalizando o novo projeto, “The Four Walls” para lançá-lo em 2013, mas ele já será apresentado ao vivo antes dessa data, em festivais e shows. (Daniel Romani, Módulo 1000. Entrevista realizada em novembro de 2012)

Tanto no Psicodália, quanto na Virada Cultural de São Paulo, já se apresentaram várias das bandas daquela época. O Psicodália marcou a volta do Casa das Máquinas em janeiro de 2008. Desde 1977 que a banda não se apresentava. Também passaram por lá Ave Sangria (divulgação exclusivamente via mp3), O Terço, Terreno Baldio e Mutantes. São todas bandas que retornaram nos anos 2000.

Na virada do ano de 2012 para 2013, acontecerá a próxima edição do festival Psicodália. Seguindo o modelo dos shows de discos na íntegra, está programado uma apresentação d'Os Mutantes tocando "Tudo Foi Feito Pelo Sol", lançado em 1974. Este é o álbum de maior vendagem da carreira deles. A banda contará com sua formação original. No mesmo festival, Alceu Valença tocará o disco "Vivo!" de 1976. Para efeito de registro, também se apresentarão Hermeto Pascoal e toda uma geração nova de bandas influenciadas por aqueles artistas que ficaram definitivamente na história da música brasileira.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao longo de sua história, a indústria fonográfica passou por diversas transformações, as quais estiveram quase sempre relacionadas com o desenvolvimento de novas tecnologias para o setor. O surgimento da música em formato digital causou mais um desses abalos, talvez o mais brusco de todos. No entanto, o que a princípio é visto como ameaça, aos poucos passa a moldar as formas de operação do mercado, que por sua vez mostra-se capaz de assimilar as mudanças.

Com o tempo, observa-se que, além do mercado, a cultura da música digital é capaz de reorganizar a forma de consumir e produzir música. Dessa forma, é possível conjecturar que talvez a grande revolução do novo formato, não tenha sido nem a facilidade de armazenamento e transporte que a música digital proporciona, mas sim a distribuição e o acesso facilitados aos conteúdos.

A transformação das gravações analógicas, esquecidas nos arquivos e no tempo, causa - e até mesmo instiga a - uma prática de resgate cultural que poderá alterar e reescrever capítulos da história “oficial” - sempre escrita pelos detentores do capital e dos meios de produção; neste caso, as grandes gravadoras, os meios de comunicação, etc. Essa revolução certamente não se restringe à música. O cinema nacional, por exemplo, ao encontrar no YouTube a tela de exibição que sempre lhe foi negada, também tende a se beneficiar com a cultura digital.

O compartilhamento e disseminação de bens culturais, às vezes sem nenhum valor comercial, traz vantagem às novas gerações que, ao ter acesso à produção cultural do passado, não perde a continuidade das técnicas e formas já produzidas, o que certamente traz benefícios nos aspectos culturais do presente. Dessa forma, já é possível observar no cenário nacional o surgimento de bandas e festivais com influências “pinçadas” de cenas musicais do passado que ressurgiram ou vieram à tona muito recentemente, após a constituição de nichos através da internet.

Durante a pesquisa para este trabalho, deparei-me com a dificuldade em encontrar informações sobre o assunto estudado. A bibliografia sobre política e cultura geral dos anos setenta no Brasil é extensa. Mas quando o assunto é música

brasileira o que mais encontramos são livros sobre a MPB, ou o movimento tropicalista. Até mesmo os artistas e bandas de rock que se destacaram naquela época, geralmente estão presentes em livros que abordam a música pelo viés da Tropicália. É claro que bandas como Secos Molhados, Novos Baianos e Mutantes bebem da mesma fonte, tem estética semelhante à que caracteriza o movimento de Caetano e Gil. Mas também seria interessante e rico vê-las abordadas em literatura específica sobre o gênero rock, junto a bandas como Som Nosso de Cada Dia, Módulo 1000, Moto Perpétuo, O Terço, Ave Sangria, etc.

Outra carência de fontes com a qual me deparei são as relacionadas aos registros das gravadoras no Brasil. É um campo absolutamente obscuro. As gravadoras nacionais que foram incorporadas pelas *majors* tiveram suas histórias perdidas no tempo. Adquiriram seus acervos, arquivaram e pronto. Nos porões das multinacionais, há muito material da música brasileira sobre os quais ninguém tem conhecimento. Apenas alguns pesquisadores têm livre circulação entre eles. A falta de registro não é apenas em relação às gravações, mas aos números, à história dessas empresas. Muitas delas resistem apenas na memória de seus ex-funcionários. Não há bibliografia a respeito. São pedaços da cultura brasileira que estão adormecidos esperando o momento de também integrarem a história.

APÊNDICE 1 – ROTEIRO DE ENTREVISTAS

1. Como eram as condições do mercado fonográfico na década de 70?
2. Como eram os contratos com as gravadoras e como se dava a distribuição dos discos?
3. Os discos de vocês foram lançados com quantas cópias?
4. Antes da internet, da música em formato digital, já circulava discos e gravações piratas do trabalho de vocês?
5. Como e quando você se deu conta de que o trabalho das bandas de vocês circulava na internet?
6. A internet foi importante para a retomada dos shows da banda? Como foi este processo?
7. Para o artista, o que significava gravar um disco na década de 70? Como você enxerga isso hoje em dia, com a possibilidade de disponibilizar o álbum digital na internet? Há bandas que nem lançam mais o disco físico.

7 REFERÊNCIAS

ABPD (Associação Brasileira de Produtores de Discos). **Mercado Brasileiro de Música 2011**. Disponível em: <<http://www.abpd.org.br/downloads/Fina2011.pdf>> Acesso em 05 de novembro de 2012 .

ALMEIDA, Marcelo de. **Como o homem registrou o som**. Jornal Movimento, ano 10, nº 236, 22 de outubro de 2001. Disponível em: <<http://www.jornalmovimento.com.br/marcelo-de-almeida>> Acesso em 05 de novembro de 2012.

ANDERSON, Chris. **A cauda longa: do mercado de massa para o mercado de nicho**. São Paulo: Campus, 2006.

BENDASSOLLI, Pedro F.; WOOD JR., Thomaz; KIRSCHBAUM, Charles e CUNHA, Miguel Pina e. **Indústrias criativas: definição, limites e possibilidades**. *Rev. adm. empres.* [online]. 2009, vol.49, n.1, pp. 10-18. Disponível em <<http://dx.doi.org/10.1590/S0034-75902009000100003>>. Acesso em 05 de novembro de 2012.

BRANCO JÚNIOR, Sérgio Vieira. **Direitos autorais na Internet e o uso de obras alheias**. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2007 (Col. Direitos autorais e Temas Afins. Coord. Victor Drummond).

CARDOSO, Diego Kasper. **O impacto das redes digitais na circulação e no consumo de música**. Porto Alegre. Monografia (Graduação em Publicidade) – Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da UFRGS; 2006.

CASTRO, Gisela G. S. **Para pensar o consumo da música digital**. Revista FAMECOS, v. 1, p. 30-37, 2005.

CAVALEIRO, Carol. A Saga de um Império: A história da indústria fonográfica da Casa Edison ao iTunes. Flickr, 21 de abril de 2012. Disponível em: <<http://www.flickr.com/photos/carolcavaleiro/7099997707>> Acesso em 05 de novembro de 2012.

CHANAN, Michael. **Repeated Takes: a Short History of Recording and its Effects on Music**. London & New York. Verso, 1995.

COLUMBIA RECORDS. **125 Years Of Columbia Records**. 2012. Disponível em: <<http://www.columbiarecords.com/timeline>> Acesso em 05 de novembro de 2012.

COUTINHO, C. P.; BOTTENTUIT JUNIOR, J. B. **Blog e Wiki: os futuros professores e as ferramentas da Web 2.0**. In M. J. Marcelino & M. J. Silva (Org.), Actas do IX Simpósio Internacional de Informática Educativa (SIIE 2007), pp. 199-204. Porto: ESE-IPP.

CREATIVE COMMONS. **As Licenças**. 2012. Disponível em: <<http://creativecommons.org.br/as-licencas>> Acesso em 05 de novembro de 2012.

DE MARCHI, I. **A angústia do formato: uma história dos formatos fonográficos**. In: revista e-Compós, nº 2, abril de 2005.

DIAS, Tatiana. **A mudança na indústria da música**. “P2P e cultura digital livre” (blog) In: **Estadao.com.br**, 27 de julho de 2012. Disponível em: <<http://blogs.estadao.com.br/tatiana-dias/a-mudanca-na-industria>> Acesso em 05 de novembro de 2012.

DIAS, Tatiana. **Da poeira aos holofotes, 38 anos depois, graças à internet**. “P2P e cultura digital livre” (blog) In: **Estadao.com.br**, 17 de junho de 2012. Disponível em: <<http://blogs.estadao.com.br/tatiana-dias/da-poeira-aos-holofotes-38-anos-depois-gracas-a-internet>> Acesso em 05 de novembro de 2012.

DIGITAL MUSIC NEWS, 2012. **14 Reasons to Give Away Your Music for Free...** Disponível em: <<http://www.digitalmusicnews.com/permalink/2012/121106-reasons>> Acesso em 07 de novembro de 2012.

FARIA, Arthur de. **Nobre dama na crise dos 40 é chamada de vagabunda: MPB ou MsPsBs?** In: SCHÜLER, Fernando; GUNTER, Axt (orgs). 4X Brasil: itinerários da cultura brasileira. Porto Alegre: Artes e Ofícios, 2005.

GOHN, Daniel. **Um breve olhar sobre a música nas comunidades virtuais**. Revista da ABEM , Porto Alegre, V. 19, 113-119, mar. 2008.

IAZETTA, F. **Reflexões sobre a Música e o Meio**. In: Anais do XIII Encontro Anual da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Música (ANPPOM), abril de 2001, UFMG, Belo Horizonte, MG Vol. 1. Disponível em <<http://www.eca.usp.br/iazetta/papers/anp2001.pdf>> Acesso em 05 de novembro de 2012.

INSTITUTO CULTURAL CRAVO ALBIN. **Dicionário da música popular brasileira**. 2012. Disponível em: <<http://www.dicionariompb.com.br>> Acesso em 05 de novembro de 2012.

INTERROGAÇÃO DIGITAL. 2012. **O que é Streaming?**. 2012. Disponível em: <<http://www.interrogacaodigital.com/central/o-que-e-streaming>> Acesso em 05 de novembro de 2012.

KENNEDY, John. **IFPI Digital Music Report 2009**. Disponível em: <<http://www.ifpi.org/content/library/DMR2009-real.pdf>> Acesso em 05 de novembro de 2012.

LAUS, Egeu. **A capa de disco no Brasil: os primeiros anos**. Arcos, vol. 1, outubro de 1998. Disponível em: <www.esdi.uerj.br/arcos/arcos-01/01-07_acervo_egeu%28102a126%29.pdf> Acesso em 05 de novembro de 2012.

LEMOS, Ronaldo. **Direito, tecnologia e cultura**. Rio de Janeiro: FGV, 2005.

LIBRARY AND ARCHIVES CANADÁ. **The Virtual Gramophone**. 1998. Disponível em: <<http://www.collectionscanada.gc.ca/gramophone/028011-3006-e.html>> Acesso em 05 de novembro de 2012.

MOTTA, Nelson. **Noites tropicais: solos, improvisos e memórias musicais**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2000.

NOGUEIRA, Bruno. **Por uma função jornalística nos blogs de MP3 - Download e crítica ressignificados na cadeia produtiva da música**. In: JANOTTI

JR., LIMA & PIRES (orgs.) Dez anos a mil. Mídia e música popular massiva em tempos de internet. Porto Alegre: Simplíssimo, 2011.

PINTO, Rodrigo. **Álbuns superam faixas e se reafirmam como carro-chefe da indústria fonográfica.** BBC Brasil em Londres, 21 jun, 2012. Disponível em: <http://www.bbc.co.uk/portuguese/noticias/2012/06/120620_album_rp_2.shtml> Acesso em 05 de novembro de 2012.

REIS, Nicole Isabel dos. **Música, Compartilhamento e Propriedade Intelectual: dilemas e debates da era digital.** In: LEAL, Ondina Fachel; SOUZA; Rebeca H.V. (orgs.). Do regime de propriedade intelectual: estudos antropológicos. Porto Alegre: Tomo Editorial, 2010.

REUTERS. **U.S. 2011 album sales up for first time since 2004.** 04 de janeiro de 2012. Disponível em: <<http://www.reuters.com/article/2012/01/05/us-albumsales-us-idUSTRE8031NY20120105>> Acesso em 05 de novembro de 2012.

RICARDO, Militão de Maya. **Indústria Musical Brasileira: da paróquia à aldeia global.** In: SCHÜLER, Fernando; GUNTER, Axt (orgs.). 4x Brasil: itinerários da cultura brasileira. Porto Alegre: Artes e Ofícios, 2005.

RIBEIRO, Bruno. **Elifas Andreato, artista plástico.** In: Consciência.net, 2003. Disponível em: <<http://www.consciencia.net/2003/12/12/elifas.html>> Acesso em 05 de novembro de 2012.

RODRIGUES, Ronaldo. **O Rock Brasileiro nos anos 70.** 2010. Disponível em: <<http://www.alquimiarockclub.com.br/alem-dos-cogumelos/1904/>> Acesso em 05 de novembro de 2012.

ROSA, Fernando. **A psicodelia dos 60 & 70 no Brasil, da garagem às misturas regionais.** Sem data. Disponível em: <<http://www.senhorf.com.br/agencia/main.jsp?codTexto=2461>> Acesso em 05 de novembro de 2012.

SÁ, S. M. A. P. (Org.). **Rumos da Cultura da Música: negócios, estéticas, linguagens e sociabilidade.** Porto Alegre: Sulina, 2010.

SILVA, Edison Delmiro. **Origem e desenvolvimento da indústria fonográfica brasileira**. XXIV Congresso Brasileiro da Comunicação – INTERCOM, Campo Grande (MS), 2001.

STERNE, Jonathan. **O mp3 como um artefato cultural**. In: SÁ, S. M. A. P. (Org.). Rumos da Cultura da Música: negócios, estéticas, linguagens e sociabilidade. Porto Alegre: Sulina, 2010.

SUTTON, Allan. **Odeon in America**. Mainspring Press, Denver. Disponível em: <<http://www.mainspringpress.com/odeon.html>> Acesso em 05 de novembro de 2012.

TINHORÃO, José Ramos. **Música Popular – do Gramofone ao Rádio e TV**. São Paulo: Ática, 1978.

VICENTE, Eduardo. **A vez dos independentes(?): um olhar sobre a produção musical independente do país**. E-Compós, v. 7, p. 1/19-19/19, Brasília, 2006.

XAVIER, Marcelo. **O disco que você merece**. 2011. Disponível em: <<http://www.coletivoaction.com/tag/gravadora-elenco>> Acesso em 05 de novembro de 2012.

ZANOLI, Tiago. **A outra face de Zeca Baleiro**. 28 de outubro de 2012. In: GAZETA ONLINE. Disponível em: <http://gazetaonline.globo.com/_conteudo/2012/10/noticias/cultura/1369254-a-outra-face-de-zeca-baleiro.html> Acesso em: 05 de novembro de 2012.

VÍDEOS ONLINE

Ave Sangria: sons de gaitas, violões e pés (documentário). 2009. Direção de Raynaia Uchoa e Rebeca Venice. Disponível em: <<http://youtu.be/EnA88xRuTGA>> Acesso em 05 de novembro de 2012.

CAMPUS PARTY BRASIL. **Redes sociais dedicadas à música**. YouTube. São Paulo, 2010. Palestra. Disponível em: <<http://youtu.be/xnhvV61XQbg>> Acessado em 05 de novembro de 2012.

CANAL FUTURA. **Conexão Futura 27/05/2011 Entrada 2**. YouTube, 27 de maio de 2011. Disponível em: <<http://youtu.be/o71BIC852wA>>. Acesso em 05 de novembro de 2012.

PROFISSÃO REPÓRTER. **Ritmos e artistas caem no gosto popular com recursos próprios**. Rio de Janeiro: Rede Globo, 10 de maio de 2011. Disponível em: <<http://glo.bo/ixJv4M>> Acesso em 05 de novembro de 2012.

RECHEIO AGÊNCIA DE CONTEÚDO. **Recheio.doc // Música e as redes sociais**. YouTube, 13 de maio de 2011. Disponível em: <<http://youtu.be/SIFuQxDm0Lk>> Acesso em 05 de novembro de 2012.

TINHORÃO, José Ramos. **José Ramos Tinhorão – Jogo de Ideias – Parte 1 e 2**. YouTube, 07 de dezembro de 2010. Disponível em: <<http://youtu.be/543fG8Lsril>> e <<http://youtu.be/uPODtZkKO5k>> Acesso em 05 de novembro de 2012.

Great Music on Vinyl! Disponível em: <<http://www.youtube.com/user/WABCRADIO77>> Acesso em 05 de novembro de 2012.