

Música sob uma nota só: a concentração e estandardização do mercado fonográfico global dos últimos 40 anos e os reflexos dessa tendência sobre o Brasil

Laura Schneider de Lima
Daniel Corrêa da Silva

Este artigo foi elaborado como trabalho de conclusão do curso de Relações Internacionais e buscou analisar como a indústria fonográfica internacional se desenvolveu nos últimos 40 anos e quais foram os reflexos deste processo no Brasil, utilizando como lente teórica o imperialismo cultural. Para isso, é trabalhado inicialmente com o conceito de cultura e sobre como é revelado o debate sobre o tema dentro do campo das Relações Internacionais. Apresentamos ainda a teoria do imperialismo cultural, trabalhada por José Hernandez Arregui, e quais foram as contribuições de estudos críticos para um melhor entendimento do atual mercado fonográfico. Para discutir o processo de evolução desta indústria nos últimos 40 anos, utiliza-se pesquisa bibliográfica sobre as grandes empresas do ramo, com foco nas três mais relevantes, chamadas majors. Além disso, a análise das 3 músicas mais tocadas de cada ano, de acordo com o recorte temporal aqui feito, permite uma percepção mais clara sobre a concentração e estandardização do mercado empiricamente, utilizando critérios de empresa produtora responsável, nacionalidade do artista, idioma cantando e gênero musical para a análise. Por fim, é jogado luz aos reflexos deste processo internacional no Brasil, trazido pelo exemplo da correlação dialética entre a música e seu condicionamento materialista (comparando a escolha econômica do país e o gênero ascendente). Ao fim, são trazidas ainda algumas considerações a respeito do possível impacto desta tendência no trabalho dos musicistas.

Cultura. Imperialismo cultural. Concentração. Indústria fonográfica. Sertanejo.

This article was produced as a conclusion thesis of International Relations graduation, and analyzes how the international phonographic industry developed in the last 40 year using cultural imperialism as a theoretical lens and what impacts of this process happened in Brazil. For that, the research begins with the concept of culture and how the debate about the subject is revealed inside the International Relations field. For that, it is shown the cultural imperialism theory, developed by José Hernandez Arregui, and the critical studies contributions to a better understanding about the present phonographic market. For the

discussion about this industry evolution in the last 40 years, bibliographic research has been used on the big enterprises of this branch, with focus on the three more relevant ones, which are called majors. Moreover, the analysis of the 3 most listened songs of each year, according to the established temporal cutting, allows a clearer perception about market concentration and standardization, using responsible producer companies criterias, artists nationalities, language sung and musical genre. At last, the ending section brings this process into consideration in Brazil by the example of the correlation between music and its materialistic conditioning through the Brazilian phonographic market. The study makes itself possible through the comparison of the country's economic choice and the ascendant genre, and which the possible ways are to understand this dialectic relation. In the end, some considerations about how this process can impact in the work of music professionals.

Culture. Cultural imperialism. Concentration. Phonographic industry. Sertanejo.

Introdução

As periódicas crises do sistema capitalista e suas inerentes contradições geraram – e continuam gerando - entre outras coisas, a sua modernização. O período de recessão que antecedeu os anos de 1980 pode ser considerado como o responsável pelo estabelecimento de uma nova forma de produção e acumulação de capital, que deu início ao sistema globalizado que conhecemos hoje. Nestes moldes, o avanço da globalização nos anos que se seguiram permitiu que as relações entre países se expandissem em diversas áreas, como política, economia e cultura, sendo esta última responsável por produtos com alto grau de internacionalidade, entre eles a música.

Parte do mercado cultural, a indústria fonográfica é um dos setores artísticos que mais cresce e movimenta capital. Somente no ano de 2020, a indústria fonográfica faturou US\$ 21,6 bilhões¹ (crescimento de 7,4% em relação ao ano anterior, enquanto a economia global retraiu-se 3%, devido, entre outros fatores, a pandemia da COVID-19²). Sua grandeza enquanto mercado, somada à ampliação das possibilidades de produção nos últimos anos fez com que lhe fossem atribuídas características específicas dentro da lógica capitalista moderna, a destacar a **concentração do mercado e standardização musical**.

Assim como os demais mercados estabelecidos na sociedade hodierna, a indústria cultural segue a lógica produtiva e, portanto, acaba por transformar seus bens em produtos comercializáveis para um mercado possivelmente internacional. O processo de mercantilização da música se deu não somente pelo avanço tecnológico, mas também pela lógica política e econômica que se apresentava – e segue se apresentando. A liberalização da economia, por exemplo, que se intensificou na década de 1980, gerou significativo impacto sobre o consumo de bens culturais e sobre a própria cultura em si. Sendo assim, a capacidade de produção e distribuição passaram a influenciar de maneira considerável a forma que os produtos culturais eram consumidos ao redor do mundo, e por isso a padronização da música produzida e as fusões ou aquisições entre empresas chamam a atenção para os estudos mais críticos, que buscam compreender as dinâmicas da cultura no mundo moderno.

O fenômeno da concentração e standardização na indústria fonográfica é, portanto, o objeto de estudo deste artigo. Objetivando analisar como esta se desenvolveu nos últimos 40 anos e quais foram os reflexos disso no Brasil, tendo como lente teórica o imperialismo cultural, o artigo se divide em 3 partes principais. Inicialmente é apresentado o debate sobre cultura nas Relações Internacionais e o ponto de vista crítico sobre o assunto. Posteriormente, é discutido sobre a evolução da indústria fonográfica internacional nos últimos 40 anos; sua concentração e standardização. Por fim, são identificados os reflexos deste processo no mercado brasileiro e apresentadas algumas considerações a

¹ Dados retirados do Global Music Report 2021, produzido pela Federação Internacional da Indústria Fonográfica (IFPI, na sigla em inglês).

² Dados retirados do Banco Mundial, em sua plataforma The World Bank Data (GDP Growth).

respeito do trabalho dos músicos nesse cenário. A pesquisa realizada é caracterizada como dedutiva e utiliza do materialismo histórico como método.

1. A consagração da indústria da cultura pela ótica do imperialismo

Os debates acerca cultura são muitos, além de muito dinâmicos. Dentro das Relações Internacionais, porém, é comum a associação da cultura ao conceito de Soft Power ou “poder brando”, termo popularizado em fins dos anos 80 pelo estadunidense Joseph Nye. O surgimento desta teoria está ligado à globalização do capitalismo a partir de 1980 e a enxurrada de mercadorias culturais alheias à produção nacional; o que fez com que os círculos acadêmicos prestassem mais atenção na capacidade de propaganda e influência através da cultura.

Em seu livro intitulado “*Soft Power: The Means to Success in World Politics*”, Nye apresenta a teoria que passou a resumir os debates centrais sobre cultura em Relações Internacionais. De acordo com o autor, o *Soft Power* seria a capacidade de moldar o comportamento de um outro Estado e atingir seus objetivos através da cooptação e atração, e não pela coerção ou pagamento – formas tradicionais de conquista, associadas ao *Hard Power*. Neste sentido, a cultura é vista como um dos principais recursos para obtenção deste tipo de poder. O uso da cultura, segundo o autor, é atrelado à disseminação de valores admiráveis de determinado local ao apelo de “atração ou amor”, o que altera o conceito de grande potência – que passa a ser entendida não é somente como aquela possuidora de poder bélico, mas também segundo sua capacidade de “inspirar os sonhos e desejos dos outros” (NYE, 2004).

O Brasil, mesmo tendo suas “exportações culturais” em níveis variados ao longo dos anos, também muito utilizou e utiliza ainda hoje elementos culturais como forma de atração. Além da Bossa Nova dos “tempos dourados”, cita-se o futebol, a culinária e o carnaval como fontes significativas de propaganda do país internacionalmente, que acabam por reforçar a admiração e prestígio pelo território brasileiro.

De todo modo, apesar do avanço sobre a cultura no debate acadêmico após a disseminação desse conceito, considera-se as correntes dominantes como atravessadas pela lógica de poder do Sistema Internacional, reprodutor de ideias feitas por e para os países centrais, em sua maioria. Por este motivo é que não avançam em discussões mais críticas sobre o tema, nem numa maior inclusão de Estados não centrais. Pensando na superação disso é que a teoria do Imperialismo Cultura surge como melhor alternativa para o estudo.

1.1 Mercantilização da cultura pela ação do capital: uma desconstrução crítica

Ao buscar entender criticamente o mercado fonográfico moderno, é necessário voltar atenção de início à Theodor Adorno, fruto da chamada Escola de Frankfurt³.

³ Escola de pensamento surgida na Alemanha no pós-guerra, que visava uma teoria crítica sobre a sociedade através de uma releitura do Marxismo. Porém, apesar da grande contribuição de alguns de seus teóricos, o pensamento frankfurtiano é caracterizado por autores mais críticos pelo seu

Adorno contribuiu celeberramente na compreensão da cultura no cenário capitalista moderno, pois é considerado o primeiro a tratá-la como mercadoria de fato, aspecto fundamental neste debate. Para o autor alemão, cultura é “conteúdo essencial da autoconsciência de uma sociedade” (ADORNO, 2009, p. 53), e, por isso classifica que sua adesão ao caráter mercantil capitalista faz com que os que dispõem sobre o mercado cultural o delimitem, a fim de que este sirva ostensivamente aos seus propósitos (ADORNO, 2009). Adorno também aborda sobre a dependência da indústria cultural junto ao mercado produtivo, a sua dependência material.

De um ponto de vista ainda mais crítico, o escritor argentino José Hernandez Arregui é visto como um dos principais autores sobre o tema, já que incorpora ao debate cultural discussões políticas e econômicas. Em sua obra “Imperialismo y Cultura” (2005), considera que cultura pressupõe 3 elementos:

1ª) Uma comunidade econômica com sua base técnica correlativa de subsistência instalada na área geográfica; 2ª) Valores e símbolos homogêneos vivificados pela linguagem; 3ª) Consciência atemporal da própria personalidade histórica vivida coletivamente, como distinta de outras personalidades históricas (ARREGUI, 2005, p. 270).⁴

Com foco em seu caráter de consciência coletiva, Arregui avança ao considerar que, somado às formas estáticas, materiais e espirituais, coexistem as formas dinâmicas e renovadoras, “impostas por indivíduos ilhados – particularmente artistas e pensadores –, verdadeiros genes mutantes da cultura, e a assimilação correspondente pelo grupo comunitário dessas criações espontâneas”⁵ (ARREGUI, 2005, p. 270). Inclui-se, portanto, as produções culturais como parte formadora da própria cultura. Ela se apresenta como possuidora de caráter duplo: coletivo e individual, constantemente em interação.

Como premissa anterior ao debate destaca-se, porém, a importante noção do dinamismo da cultura, principalmente em países que passaram por um longo período colonial. Não pretende se discutir sobre a existência ou não de tais trocas, pois estas são parte formadora da própria cultura. O foco aqui recai sobre a disparidade nas relações, notadamente ao se tratar de Estados não centrais, como os latino-americanos por exemplo. Não se trata, portanto, de uma análise subjetiva da produção cultural do país X e Y ou da sua interação com os demais, mas sim de uma análise material da dominação do mercado cultural moderno.

Sobre isso as contribuições de Arregui são também notáveis, pois aponta para a relação entre a dependência produtiva e o imperialismo cultural, que se

ceticismo prático, por não preverem ações políticas para fora da academia como prioridade, deixando o debate sobre cultura notadamente no campo teórico, alusivo (CHASIN, 2001). Por este motivo não se optou pelo uso exclusivo de autores frankfurtianos para este estudo, ao mesmo tempo que suas contribuições são destacadas.

⁴ No trecho original: “1ª) Una comunidad económica con su correlativa base técnica de sustentación asentada en el área geográfica; 2ª) Valores y símbolos homogéneos vivificados por la lengua; 3ª) Conciencia atemporal de la propia personalidad histórica colectivamente experimentada como distinta de otras personalidades históricas.”

⁵ “[...] impuestas por individuos aislados –particularmente artistas y pensadores– que son los elementos creadores, verdaderos genes mutantes de la Cultura, y la correspondiente asimilación por el grupo comunitario de estas creaciones espontáneas.”

retroalimentam. De acordo com o autor, “sem industrialização não há independência econômica, base para a soberania nacional. E sem soberania nacional não há autonomia cultural”⁶ (ARREGUI, 2005, p. 284). Tal ideia corrobora com a noção de que o domínio material acaba por representar também o domínio subjetivo, das ideias, e neste caso, da cultura.

Como intensificador deste fenômeno temos ainda o desenvolvimento das redes globais de telecomunicação e o aumento das importações e exportações, que acabam por homogeneizar a economia e o mundo em sua totalidade (GROENEVELD et al., 2008). Tal homogeneização se torna a característica fundamental nos mercados modernos, principalmente na indústria fonográfica dos últimos anos. As produções musicais, agora mercadoria, deixam de ser somente representações de personalidade histórica própria, como previa Arregui, para se tornar produto em massa, padronizado de acordo com as exigências do mercado.

Mais contemporaneamente, a dominação de algumas poucas empresas no setor, as chamadas *majors* – originárias de países centrais –, faz com que a produção nacional ou regional seja inibida, e a padronização do mercado acentuada. Neste sentido, o imperialismo cultural retroalimenta a dependência produtiva dos Estados periféricos do Sistema Internacional.

1.2 Mercantilização da cultura pela ação do capital: uma desconstrução crítica

Apesar das produções fonográficas deverem, segundo Barreto (2013), orientar-se pelas buscas de distinção cultural, o posicionamento desigual dos produtores faz com que as obras tragam sempre a marca do sistema de produção estabelecido, o que acaba por gerar a homogeneização do mercado, citada anteriormente. Adorno contribui também para o debate sobre o impacto das transformações da indústria ao considerar que a padronização das mercadorias musicais ficcionam o comportamento valorativo destas produções. Sobre o tema, Adorno estabelece:

Se perguntarem a alguém se “gosta” de uma música de sucesso lançada no mercado, não conseguiremos furtar-nos à suspeita de que o gostar e o não gostar já não correspondem ao estado real, ainda que a pessoa interrogada se exprima em termos de gostar e não gostar. Em vez do valor da própria coisa, o critério de julgamento é o fato de a canção de sucesso ser conhecida de todos; gostar de um disco de sucesso é quase exatamente o mesmo que reconhecê-lo (ADORNO, 1999, p. 66).

Percebe-se, portanto, a importância da etapa de distribuição da música para a atual indústria. O que permite constatar que aquilo que exitosamente é consumido mais vezes – que é reconhecido – é valorizado e reproduzido pelas empresas produtoras, a fim de que todas as produções atinjam o sucesso de serem “conhecidas de todos”. Além disso, a efemeridade das mercadorias modernas, sejam elas dentro ou fora da indústria cultural, está ligada à uma dinâmica de produção e lucro do sistema produtivo moderno, que aponta para a utilidade do estudo deste para compreensão da indústria fonográfica hodierna.

⁶ No trecho original: “Sin industrialización no hay independencia económica base de la soberanía nacional. Y sin soberanía nacional no hay autonomía cultural.”

Trabalhada principalmente em sua obra “O Imaterial: conhecimento, valor e capital”⁷, André Gorz teve como objeto principal de seus estudos as alterações do sistema capitalista após sua modernização. Considerava que desde os anos 1980, ao analisar o que hoje se tornou a “megamáquina tecnocapitalista”, a sociedade ingressou em uma fase indolente do capitalismo que se reproduz em si mesma com sobressaltos e soluções enganosas (GIANINAZZI, 2017). Esta nova etapa era representada pela apropriação da imaterialidade, que passara a ter um valor ínfimo. A solução encontrada pelo capital para contornar os baixos custos de tais produções imateriais foi a “organização de sua escassez”. Desta forma, o valor deste tipo de produto pode ser preservado por meio da monopolização, onde alguns poucos determinam a efemeridade de cada produto e conseqüentemente o seu lucro.

Para discussão mais certa a respeito de como esse processo de monopolização citado por Gorz se deu na indústria fonográfica, será apresentado um breve histórico do mercado mundial da música, a evolução das principais empresas e as mudanças nos produtos fonográficos ao longo dos anos, que acompanhou as mudanças no consumo da sociedade no geral. Será também apresentado as músicas mais consumidas nos últimos 40 anos, com base no *chart*⁸ escolhido, para posterior análise sob a ótica do imperialismo cultural e como este se dá no plano empírico.

2. Regidos sob uma nota só: a concentração e standardização do mercado fonográfico na lógica capitalista

Nesta segunda parte da pesquisa serão apresentados mais especificamente as características da indústria fonográfica moderna, e seu histórico dentro da nova lógica capitalista dos últimos 40 anos. O processo de concentração – vertical (outros setores) e horizontal (fusões e aquisições) – será o principal tema abordado nesta seção. Serão apresentados também os resultados da consulta à United World Chart, base de dados escolhida para o estudo, sobre as 3 músicas mais tocadas dos últimos anos. A escolha de somente as 3 primeiras músicas mais consumidas se deu de forma arbitrária, a fim de trabalhar com um número mais enxuto de amostras durante a pesquisa. Assim será discutido não somente a concentração da indústria pelo monopólio da produção, mas também a standardização de seus produtos.

2.1 Inventário histórico da concentração na indústria fonográfica

Qualquer um que se disponha a entender a história do mercado da música mundial verá a complexidade que ele carrega consigo. As mudanças de nome, as aquisições e as fusões embaralharam as histórias das grandes empresas umas às outras, o que já demonstra aí uma característica importante da indústria fonográfica moderna.

⁷ Devido à dificuldade de acesso da obra de André Gorz, foi utilizado artigo de Willy Gianinazzi (2017) como fonte secundária.

⁸ Podendo ser traduzidos como “paradas musicais”, os *charts* são resultado de um determinado monitoramento do sucesso de uma música ao longo de um dado período. Com diferentes metodologias, os *charts* geralmente contabilizam quanto uma produção musical é reproduzida pelos streamings, rádio, venda física e/ou downloads na internet.

Principalmente após os anos 1980, as empresas de entretenimento passaram a enxergar a diversificação de seus produtos como resposta às variações do mercado, iniciando o processo de verticalização deste ramo. Lenin conceituava este tipo de concentração como combinação, resultado de uma sociedade capitalista em seu mais alto grau de desenvolvimento: “ou seja, a reunião numa só empresa de diferentes ramos da indústria, que representam fases sucessivas na elaboração de uma matéria prima” (LENIN, 1916, n. p.).

Para tomar de exemplo o caso brasileiro, em 1980 já se estabeleciam no país quantidade considerável de empresas transnacionais da música, incentivadas pela abertura político e econômica dos fins da ditadura⁹. Ainda no início da década de 1980, sete gravadoras estrangeiras dominavam o mercado fonográfico brasileiro em 88%, mesmo com menos de 10 anos de atuação direta no país (MORELLI, 2009). No panorama geral, nos anos 1990 o mercado global de música era dividido entre 5 grandes empresas, sendo elas: Universal Music (23,1%), Warner Music (20,68%), Sony (15,14%), EMI (14,4%) e BMG (11,9%). Os 14,72% restantes pertenciam à outras gravadoras. Depois de menos de uma década, as 5 grandes se transformaram em 4, com a compra da BMG pela Sony. (BARRETO, 2022). Atualmente o número de majors é ainda menor, com a compra da EMI pela companhia Sony.

Com o crescimento da importância dos meios digitais da música, como as plataformas de *streaming*, as *majors* aumentam sua participação no mercado a cada ano, já que lidam diretamente com o benefício destes negócios digitais. Além disso a existência de empresas específicas para o processo de edição de música (gravadora), além da principal função de divulgação e venda, favorece a participação total no mercado, a citar por exemplo a Universal Music Publishing Group que tem como matriz a Universal Music Group (UMG). Apesar da primeira estar colocada em 2º lugar no ranking mundial de empresas de edição de música, esta posição colabora diretamente com a liderança no mercado de música gravada pela sua matriz, a Universal Music Group. (MUSIC AND COPYRIGHT'S, 2022).

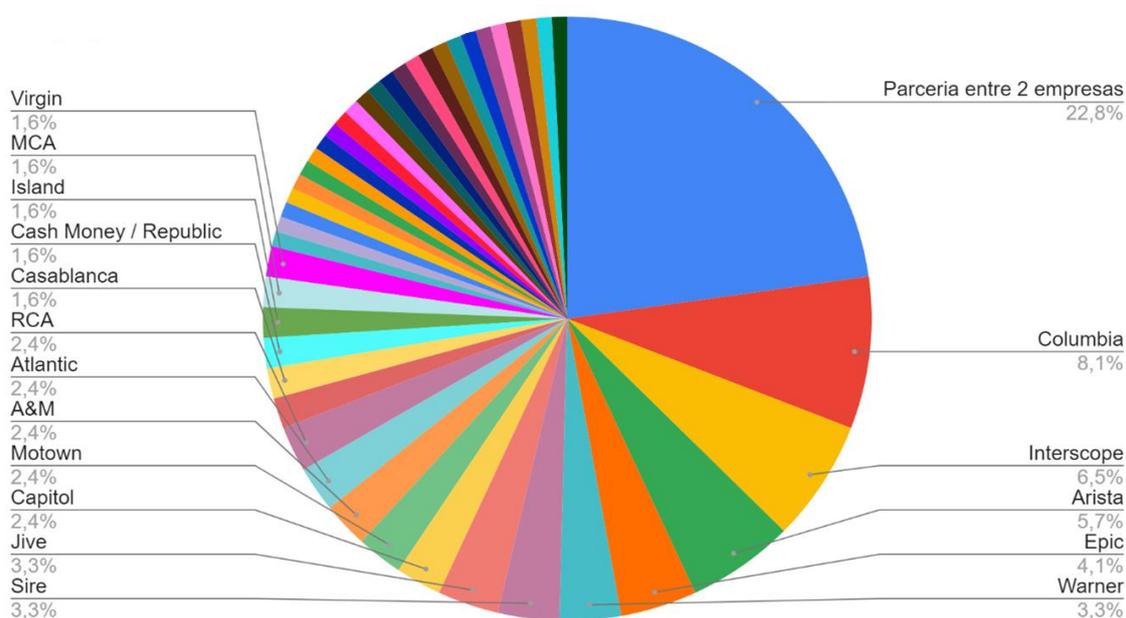
Faz-se importante aqui destacar que as *majors* são, portanto, as produtoras que hoje são ligadas à distribuição da música, e não somente responsável pela sua produção em sentido prático (como são as gravadoras). Segundo Barreto (2013), apesar de também terem sido gravadoras no início, o alto faturamento das *majors* fez com que estas pudessem se expandir para as demais etapas da venda da música, e passaram assim a oferecer serviço de suporte para reprodução do som gravado para todo o mercado. Por isso, hoje as chamadas produtoras fonográficas são aquelas que “dominam as redes de produção e distribuição de música gravada, constituindo-se em oligopólio, em cuja periferia abundam pequenos e médios negócios que delas dependem em matéria de distribuição” (BARRETO, p. 133, 2013).

Por este motivo, a análise de diferentes empresas atuantes no mercado fonográfico não se faz suficiente para compreender como este está de fato organizado

⁹ A isenção do ICM (Imposto sobre a Circulação de Mercadoria) garantia que as produções estrangeiras chegassem ao Brasil com custo ainda menor, o que as tornavam mais lucrativas se instaladas fábricas no território nacional. (BARRETO, 2013)

hodiernamente. Para ser possível uma análise mais real, foram reunidas informações sobre as 3 músicas mais vendidas nos últimos 40 anos, de acordo com o gráfico United World Chart, fornecida pelo Media Traffics (2022). Com registros desde 1955, esta base de dados reúne informações de diversas outras “paradas de sucesso” nacionais, como por exemplo a Billboard Top 100 dos Estados Unidos e Oficial Charts Company Top 100 do Reino Unido. A metodologia usada contempla informações a respeito do streaming, rádios e venda física.¹⁰ Nesta subseção serão apresentados os gráficos sobre as empresas mencionadas como responsáveis destas 123 músicas analisadas (de 1980 até 2020). A tabela com todas as músicas selecionadas, nominalmente, está na seção anexo deste artigo.

GRÁFICO 1: Gravadora e/ou produtoras responsáveis pelas 123 músicas mais tocadas nos últimos 40 anos, de acordo com o United World Chart (2022).¹¹



Fonte: Elaborado pela autora com dados da United World Chart (2022).

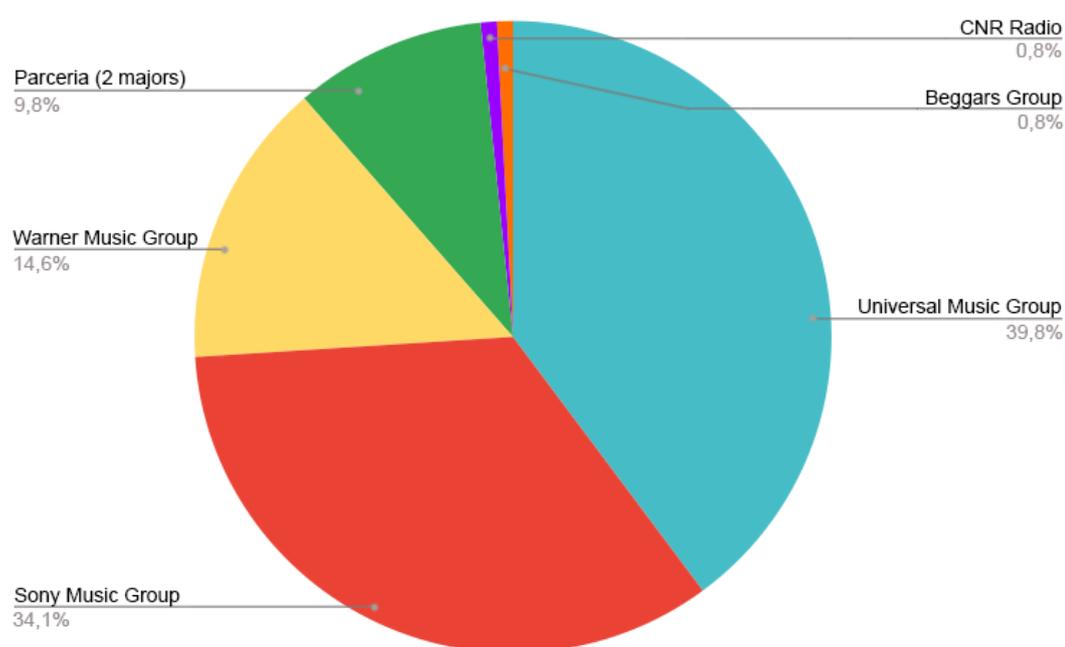
É notável um relativo equilíbrio neste gráfico, onde poucas são as gravadoras/produtoras que se destacam individualmente no mercado, a citar Columbia, Interscope e Arista. Estas são as informações de acordo com o ano de publicação e venda de cada produção, porém, ao considerar as aquisições e fusões no mercado fonográfico dos últimos tempos, revela-se que, em sua maioria, todas

¹⁰ Para maiores informações a respeito da metodologia utilizada neste chart, é possível acessar: Global Chart About Us (mediatrafic.de)

¹¹ Como critério de apresentação de dados, todas as produções analisadas que citavam mais de uma empresa responsável foram englobadas em “Parceria entre 2 empresas”, sendo ambas já citadas no gráfico individualmente – à exceção da parceria entre Cash Money e Republic Records, pois esta aparece 2 vezes no chart. As gravadoras que tiveram apenas uma participação ao longo dos 40 anos, ou seja 0,8% do total, não estão apresentadas nominalmente no gráfico, são elas: EMI, CNR Radio, Scotti Brothers, London, Slash, Manhattan, Chrysalis, Mercury, Rocket, Maverick, Parlophone, Wind-up, Reprise, Def Jam, Syco Music, Sony Music, XL Recordings, J Records, Vertigo, Fueled By Ramen, Daft Life, Macklemore, Back Lot, Ultra, Universal Music Latino e Bad Batch.

as gravadoras citadas se transformaram em selos ou empresas subsidiárias das chamadas majors da música. Tal análise é clarificada pelo gráfico abaixo:

GRÁFICO 2: Empresas responsáveis pelas 123 músicas mais tocadas nos últimos 40 anos, após aquisições e fusões.



Fonte: Elaborado pela autora com dados da United World Chart (2022).

Como é possível observar, após pesquisa individual de cada empresa, apenas 2 se mantiveram fora do guarda-chuva das “3 gigantes da música”: CNR Radio e Beggars Group. Dentre estas que ainda se mantiveram independentes, apenas uma se caracteriza como gravadora e produtora de fato independente, de acordo com o site oficial da empresa Beggars Groups. Já a CNR Radio se trata da rádio nacional canadense, e não é vista, portanto, como competidora direta na produção fonográfica moderna. Outro elemento a ser destacado é a manutenção dos nomes originais das gravadoras. Mesmo com as aquisições ou fusões, as *majors* mantiveram os nomes originais das empresas, o que pode ser interpretado como forma de assegurar a “identificação local” para com estas gravadoras locais, que são responsáveis, muitas vezes, pela descoberta de novos talentos.

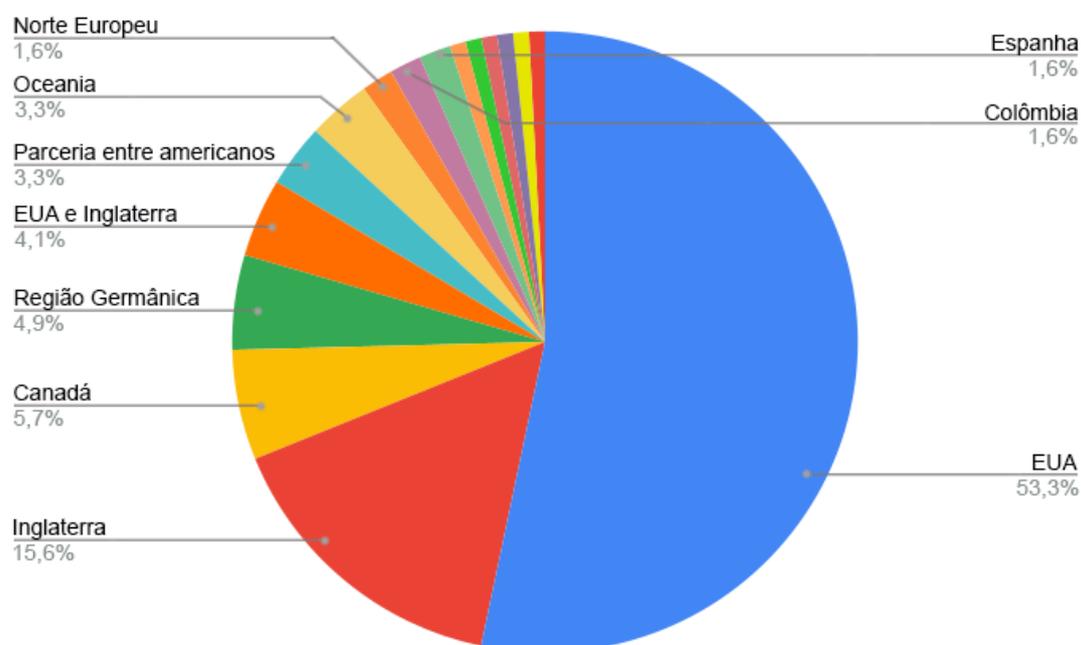
Com tais gráficos, é possível assumir que apesar de ainda existirem caminhos a serem seguidos que não passam diretamente pelas três grandes produtoras fonográficas, não é possível driblar completamente a influência destas. Como aponta De Marchi (2008), mesmo com a flexibilização organizacional típica das produções independentes, as etapas produtivas seguem concentradas, “terceirizadas nas grandes gravadoras”, não apenas a produção em si, mas também – e principalmente – os sistemas de distribuição. Essa concentração, mesmo com a existência de empresas consideradas independentes, reflete nas produções

fonográficas de sucesso. O que será melhor discutido em análise de caráter mais estético das músicas selecionadas.

2.2 O Maestro Capital e sua Orquestra Monotônica: a standardização nos últimos 40 anos

Para discutir mais especificamente as músicas selecionadas, foram estabelecidas algumas características para análise, a citar: idioma da música, nacionalidade do artista/banda e gênero musical em que se enquadra. Tais informações servirão para averiguar a existência de algum nível de padronização das músicas, já que estas são as consideradas no topo do reconhecimento e consumo da maioria do público global. Inicialmente, serão apresentadas considerações a respeito da nacionalidade dos artistas/bandas:

GRÁFICO 3: Nacionalidade dos artistas das 123 músicas mais tocadas nos últimos 40 anos, de acordo com a United World Chart (2022).¹²



Fonte: Elaborado pela autora com dados da United World Chart (2022).

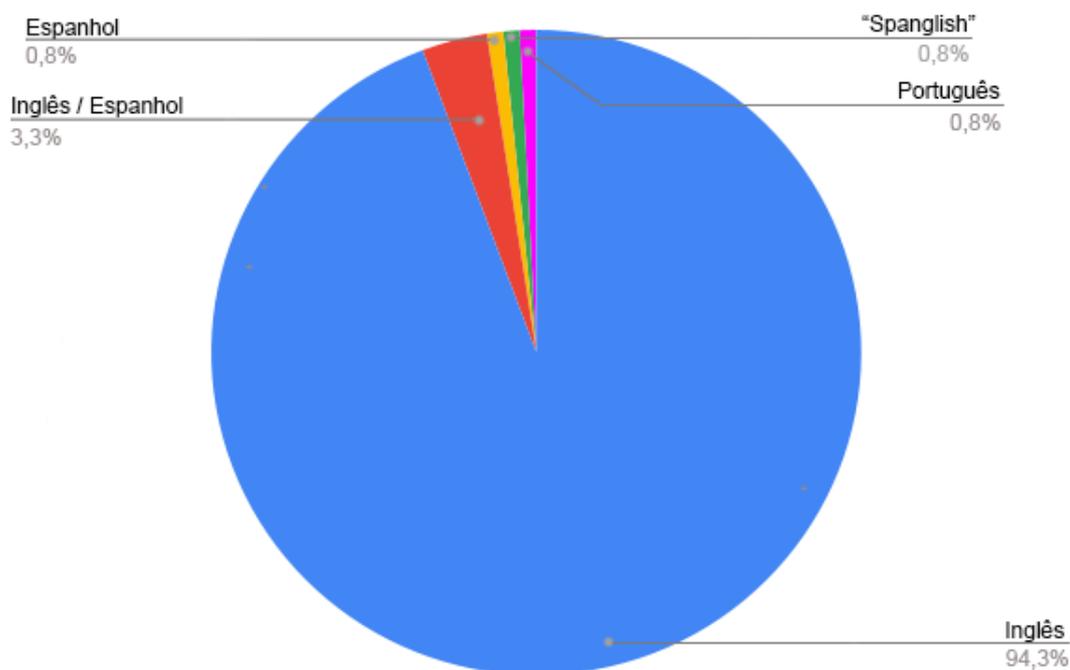
Como se é possível constar de acordo com o Gráfico 3, as produções que atingiram o sucesso nos últimos 40 anos eram interpretadas, em sua maioria, por artistas anglo-saxões, com predomínio de 53,3% daqueles originários dos Estados Unidos;

¹² Como critério de apresentação de dados, foi considerado “Oceania” músicas interpretadas por cantores de origem australiana e neozelandesa, e “Norte Europeu” aqueles de origem norueguesa e sueca. A fatia nomeada “Parceria entre países americanos” representa parcerias entre cantores norte-americanos e artistas latino-americanos. A fatia “Região germânica” refere-se aos sucessos com origem alemã e holandesa. Por fim, aqueles que apareceram somente uma vez nos últimos 40 anos não aparecem nominalmente no chart: originários do Brasil e França, Irlanda, México, parceria entre EUA e França, parceria entre Alemanha e Jamaica e parceria entre Canadá, Inglaterra e Nigéria.

15,6% originários da Inglaterra; e ainda 4,1% canções cantadas por artistas estadunidenses e ingleses em conjunto – como a canção de sucesso de 1982 “Ebony and Ivory” interpretada por Paul McCartney e Stevie Wonder.

Destaca-se que para elaboração do gráfico foi considerado o local de origem dos artistas, deixando de lado o fato de que muitas vezes, estes iniciaram suas carreiras musicais após se mudarem para países centrais, como é o caso do mexicano Carlos Santana, que fez sucesso nos anos 2000 com a música “Maria Maria”, lançada nos EUA. O continente africano tem como único representante o cantor WizKid, de origem nigeriana, que aparece ao lado de Drake e outros artistas no sucesso “One Dance” em 2016. O Brasil também conta com apenas uma aparição, mesmo que parcial somente, através do grupo de lambada Kaoma. Apesar de possuir brasileiros nos integrantes originais, e cantarem em português, o conjunto é considerado franco-brasileiro, devido a presença de músicos franceses e pelo fato de terem se estabelecido desde o início na França. Países asiáticos não aparecem nos *charts* até o ano analisado.

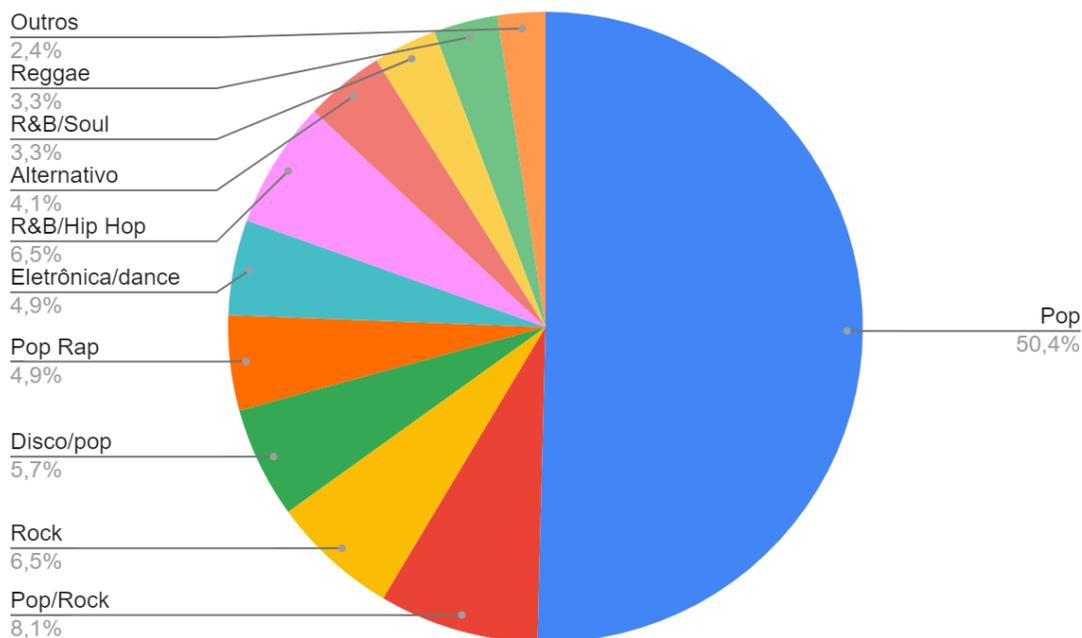
GRÁFICO 4: Idioma das 123 músicas mais tocadas nos últimos 40 anos, de acordo com a United World Chart (2022).



Fonte: Elaborado pela autora com dados da United World Chart (2022).

GRÁFICO 5: Gênero Musical das 123 músicas mais tocadas nos últimos 40 anos, de acordo com a United World Chart (2022).¹³

¹³ Foi considerada a grande área “rock” para englobar variações como soft rock, hard rock e rock psicodélico, por exemplo, diferenciando-se somente a vertente pop rock, que possui elementos mais semelhantes à música pop do que ao rock clássico. A parte denominada “outros” representa



Fonte: Elaborado pela autora com dados da United World Chart (2022).

Em relação ao idioma – gráfico 4 –, fica claro o predomínio do inglês, que ocupa 94,3% do gráfico. Em segundo lugar está o “Inglês/Espanhol”, que são canções cantadas em inglês, mas que também possuem trechos em espanhol, geralmente com um ritmo instrumental tipicamente hispânico/latino, como “La Isla Bonita” de Madonna em 1987. Outra fatia interessante de se analisar é a nomeada “Spanglish”, devido a música “Asereje” do grupo espanhol Las Ketchup. A música faz uso dessa “variação linguística” que representa a união dos idiomas espanhol e inglês, e é utilizado também em tom humorístico¹⁴, já que o personagem espanhol Diego tenta reproduzir, inutilmente, a música em inglês “Rapper’s Delight”, de The Sugarhill Gang¹⁵.

Por fim, para a análise do gênero musical sabe-se que esteticamente, as variações entre os gêneros musicais estão ligadas à características técnicas específicas, que serão deixadas de lado por não serem o foco deste estudo. Como resultado da classificação aqui feita, é possível notar o predomínio do gênero pop no gráfico, seja individualmente ou ainda em suas variações estéticas específicas de cada época, como “disco/pop” até os anos 2000 ou o “pop rap” a partir de 2010.

Para compreender um pouco mais sobre a hegemonia do gênero pop, foi realizada breve pesquisa sobre o que caracteriza este gênero musical e o que nele está englobado. Tecnicamente a música pop, apesar de bastante eclética, pode ser

produções caracterizadas como hip hop/rock latino, pop/reggaeton e funk pop, cada um com uma aparição na tabela somente.

¹⁴ Este fato torna possível o link com a canção do músico e humorista italiano Adriano Celentano chamada “Prisencolinensinainciusol”. Com palavras completamente inventadas e sem sentido, Celentano ironicamente faz sucesso ao “reproduzir o padrão das músicas estrangeiras” da época. (ZANETTI, 2021)

¹⁵ Em “asereje já deje” leia-se “I said a hip hop the hippie”, na música original.

caracterizada por formatações semelhantes entre si, sendo “canções de curta e média duração, de estrutura versos-pontes, bem como do emprego comum de refrãos e estruturas melódicas em consonância com um certo senso sonoro pré-estabelecido” (SOARES, 2015). A origem do termo remonta aos anos 1950, dado pela abreviação da palavra inglesa “popular”. Intrínseco ao termo, seu significado refere-se à popularidade de suas produções, que englobam todos aqueles produtos que visam atingir um grande público – a “massa”. O termo possui ligação também com o movimento artístico Pop Art, que surge no mesmo período, no Reino Unido e Estados Unidos¹⁶. Em análise mais crítica, Soares considera que a música pop pode ser compreendida pelas

expressões sonoras e imagéticas que são produzidas dentro de padrões das indústrias da música, do audiovisual e da mídia; tendo como lastro estético a filiação a gêneros musicais hegemônicos nos endereçamentos destas indústrias (rock, sertanejo, pop, dance music, entre outros); a partir de orientações econômicas fortemente marcadas pela lógica do capital, do retorno financeiro e do que Frédéric Martel chama de “mainstream” – ou seja “a produção de bens culturais criados sob a égide do capitalismo tardio e cognitivo [...]” (SOARES, 2015).

Assim, o autor considera que as expressões pop, em sua maioria, são regidas pelo retorno financeiro e pelos modos de produção capitalista. Além disso, evidencia-se que o “popular” abarcado pelo pop não representa necessariamente uma cultura popular – folclórica – dos Estados Unidos (país onde o termo foi difundido), nem daquela cultura considerada por Arregui em seus estudos: esta é nomeada *folk* para o caso dos EUA. Por este motivo, a noção de que a cultura pop é de fato uma criação a parte, ligada à lógica de mercado, se faz bastante acertada. É necessário ressaltar ainda que, segundo o autor, mesmo ao considerar as produções fonográficas pop (e artísticas no geral) implantadas da lógica mercantil e do capital, o reconhecimento de artistas criativos, que inovam e ressignificam não devem ser ignorados (SOARES, 2015). Noção esta que deve ser levada em conta em qualquer debate sobre cultura, produções e representações culturais, como já exposto anteriormente.

Portanto, o que pode ser concluído da análise das músicas mais consumidas nos últimos 40 anos é que a concentração e standardização da indústria é sua ligação direta à produção capitalista e ao mercado internacional. Para além de uma representação da aptidão artística e da influência cultural de um artista, as músicas que atingem o sucesso acabam por seguir o “padrão do mercado”. Mesmo sem pretender utilizar tom determinista para toda música de sucesso produzida, é crível a consideração de que o imperialismo cultural é percebido nessa indústria através da exportação do **método**, a forma de fazer música priorizando o consumo e a demanda capitalista. O mercado fonográfico se vê regido, portanto, duplamente sob uma nota só: de um lado, aquela que homogeneíza estilos e ritmos das produções de sucesso; por outro, aquela representada pelo dólar que concentra os lucros e tem no mercado sua maior atenção.

¹⁶ Estilo artístico surgido no Reino Unido na década de 1950, mas teve sua ascensão nos Estados Unidos uma década depois. Tinha como temas principais o consumo e estilo de vida americano. Foi considerado como forma possível de denúncia e crítica, mas também de apologia e disseminação do “American Way of Life” e das ideologias advindas dos EUA (ELMALEH, 1997).

3. Reflexos da indústria fonográfica internacional no Brasil e o condicionamento materialista da música

Após análise da indústria fonográfica global, e de suas alterações de acordo com o sistema capitalista dos últimos 40 anos, será agora apresentado o caso brasileiro como objeto de estudo deste mesmo fenômeno, e como é possível perceber seus reflexos no Brasil. Para isso, será feito breve histórico da evolução econômica e produtiva do país e posterior comparativo com as músicas mais consumidas dos últimos anos¹⁷. Apesar de considerar como essencial a presença de plataformas online para o consumo de música moderna, estas foram deixadas de lado devido a insuficiência de dados para a metodologia aqui utilizada.

De toda forma, será possível compreender de que forma o sucesso inalterável de um gênero como o sertanejo se dá dentro do Brasil e como pode ter sua durabilidade ligada ao sistema econômico e produtivo do país. Deste modo será compreendido como, de acordo com a teoria do imperialismo cultural, a reprimarização da economia brasileira, sobretudo de seu segmento exportador, influencia e é influenciado diretamente a produção fonográfica do país, representando a máxima de retroalimentação imperialista também na cultura brasileira. Movimento que corrobora com as considerações de Arregui (2005) sobre o caráter dialético da produção cultural e da dependência econômica de um Estado.

3.1 Histórico da economia brasileira

Como é sabido, o processo de formação econômica do Brasil está intrinsecamente ligado ao processo de colonização e exploração comercial das terras ao sul da linha do equador. A subordinação fez parte do desenvolvimento do país desde os primórdios, e por isso o aparo industrial brasileiro esteve sempre ligado à demanda externa. A ligação histórica com os centros do capital financeiro fez com que o Brasil passasse a reorganizar suas estruturas produtivas de acordo com os estímulos do mercado externo, esteja ele em expansão ou em retração (LAMOSO, 2021).

Duas crises marcam o sistema capitalista e a impactaram a economia brasileira quando se observa o período histórico aqui trabalhado. A primeira nos anos 90, como resultado da década perdida após a crise de 1980. Giovanni Alves (2002) caracteriza este período como “a década mais que perdida”, em referência às políticas neoliberais instauradas que acabaram por inserir o Brasil de forma subalterna no sistema capitalista internacional. A segunda em 2008, período em que pode se concluir a determinação do setor de exportação de bens primários como o número um, a base da economia brasileira: a reprimarização foi consumada.

As altas taxas de crescimento observadas no início do século XXI ao redor de todo o globo aumentou de forma significativa o consumo de produtos básicos, que, cotado

¹⁷ Informações retiradas da base de dados fornecida pelo site Mais Tocadas. Esta plataforma reúne diferentes charts, e considera as músicas mais consumidas em território brasileiros de acordo com reprodução em rádio e em vendas físicas, somente.

a um bom preço internacionalmente, tornou a exportação de commodities muito atrativa para o Brasil da época (ALMEIDA, 2010). Além disso, torna-se importante destacar que não apenas o preço – e o lucro – aumentou, mas também a quantidade de produtos exportados, o que “demonstra a não passividade” da economia brasileira, que optou racionalmente por este setor em detrimento do setor manufatureiro, por exemplo. Uma das explicações de tal decisão foi sua lucratividade a curto prazo, sem a observância de um “plano nacional” de desenvolvimento.

Para bem exemplificar isso em números, mudanças na estrutura produtiva brasileira já puderam ser observadas no Censo Agropecuário de 2006. Algumas informações intercensitárias em relação ao período de 1996 e 2006 já nos indicam as alterações estruturais que o Brasil veio sofrendo desde sua abertura comercial na década de 1990, como a concentração de terras e o aumento da especialização de culturas. Entre o período citado, a produção de soja apresentou aumento de cerca de 88% na produção e 69% na área cultivada, sendo a cultura que mais se expandiu nesta década (IBGE, 2006). Porém, é no Censo Agropecuário de 2017¹⁸ que se é obtido maiores considerações a respeito do peso do agronegócio na economia brasileira. Além do aumento da concentração de terra (sendo aquelas com mais de 1.000 hectares representantes de 47,6% da área total), a soja se consagrou como produto agrícola mais produzido ao apresentar um aumento de 123% no total plantado e de 72% na área colhida (103 milhões de toneladas em 31 milhões de hectares) em relação ao último censo (IBGE, 2017).

A superioridade do agronegócio brasileiro é observada também no âmbito internacional, já que os produtos mais exportados são aqueles de origem agrícola ou extrativista (MDIC, 2021). Além disso, desde 2008 todos os produtos ligados às atividades de média alta e de alta tecnologia obtiveram saldos negativos na balança comercial, sendo 2013 o pior ano para estes setores, com saldo de -61,2 bilhões de dólares para aqueles de média alta tecnologia e -30,9 bilhões de dólares para os de alta tecnologia (GOMES; DA CRUZ, 2021). Estes números representam, entre outras coisas, o baixo investimento em setores mais tecnológicos da indústria brasileira.

Assim, percebe-se que a reprimarização da economia brasileira foi de certa forma uma opção feita pela elite do país. As indústrias de transformação com maior valor agregado e de maior tecnologia foram deixadas de lado ao investir maiores esforços no agronegócio, focado na produção de soja e bovinos. Tal movimento é considerado falho, pois não inclui como projeto uma inserção internacional qualificada, que aproveita os lucros das commodities para se desenvolver nacionalmente e a longo prazo, sem se tornar refém deste setor econômico específico. Assim, o Brasil seguiu, principalmente após a crise de 2008, pelo caminho mais fácil e já conhecido: assumir o papel de “celeiro do mundo”.

3.2 Mercado fonográfico brasileiro: celeiro independente

Seguindo a metodologia do capítulo anterior, aqui serão apresentadas as músicas mais tocadas no Brasil nos últimos 40 anos. Serão demonstrados de acordo com os

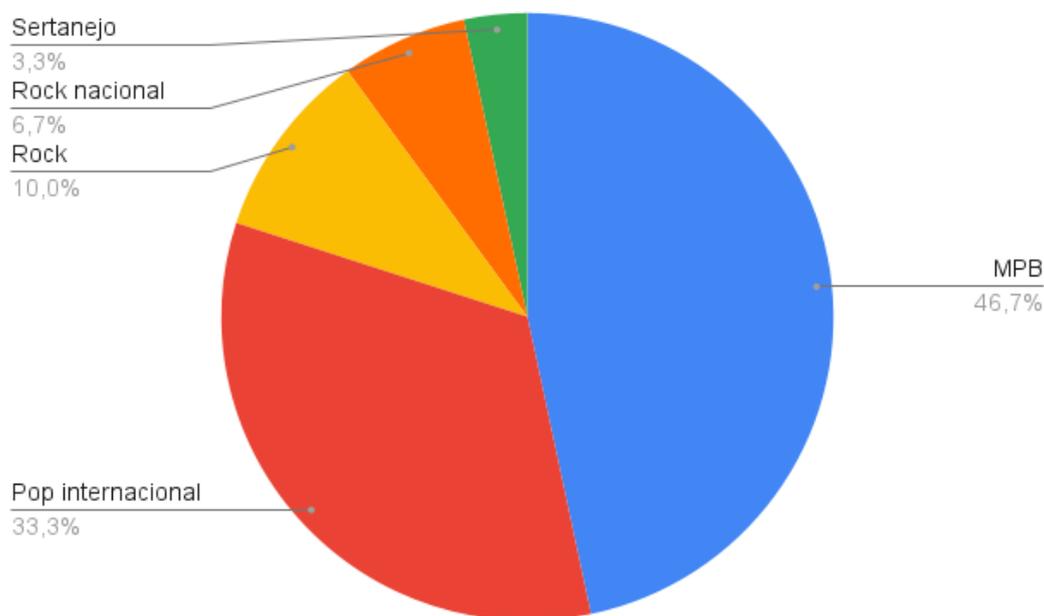
¹⁸ Último censo agropecuário realizado até o momento da publicação deste artigo.

anos, o gênero das produções que atingiram os primeiros 3 lugares no consumo do mercado fonográfico brasileiro, de acordo com os dados retirados da plataforma Mais Tocadas em relação a reprodução nas rádios e venda física. Como exposto anteriormente, as plataformas de streaming foram deixadas de lado desta análise, devido insuficiência de dados compatíveis à metodologia aqui utilizada.

A amostra utilizada servirá para compreender como se deu a ascensão do sertanejo, hoje o gênero mais ouvido no Brasil, e de que maneira isso pode ser relacionado com o processo de evolução da indústria fonográfica internacional e das alterações econômico-produtivas do país. Serão consideradas também as mudanças sofridas pelo próprio gênero, que foram impulsionadas pelo mercado moderno, com as características a ele atribuídas nos últimos 40 anos. Para além de suas características subjetivas, os investimentos neste gênero dentro da indústria fonográfica também serão considerados.

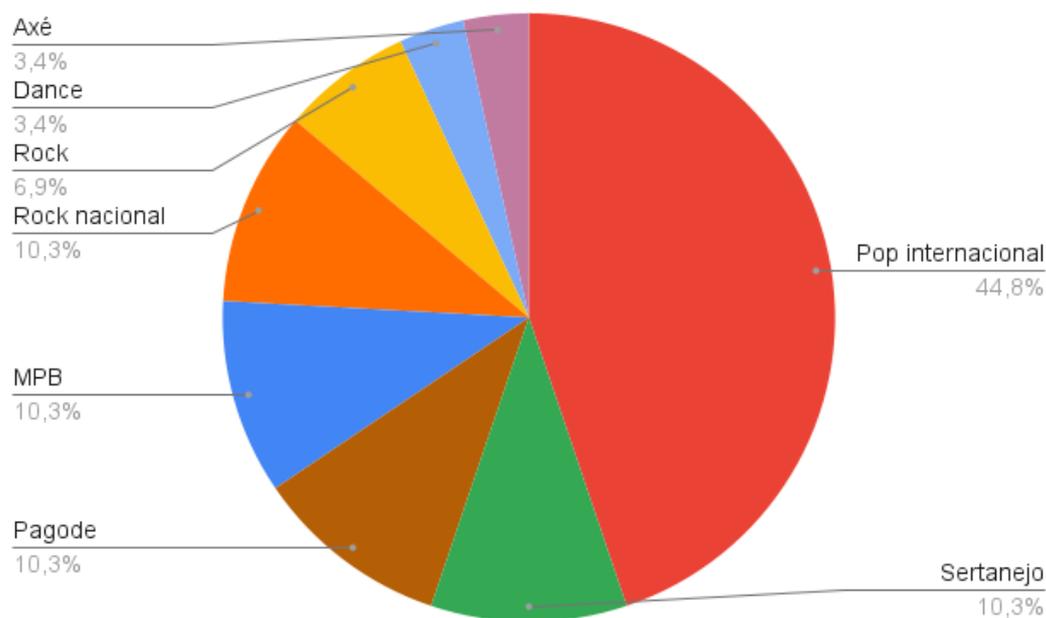
Com a intenção de apresentar a evolução do consumo, foram compiladas as 3 músicas mais tocadas nas rádios do Brasil de cada ano, desde 1980, em gráficos por décadas. A tabela com todas as músicas selecionadas, nominalmente, está na seção anexo deste artigo. Seguem resultados:

GRÁFICO 6: Gêneros das 3 músicas mais tocadas de cada ano nas rádios brasileiras entre 1980 e 1989, de acordo com o site Mais Tocadas (2022).



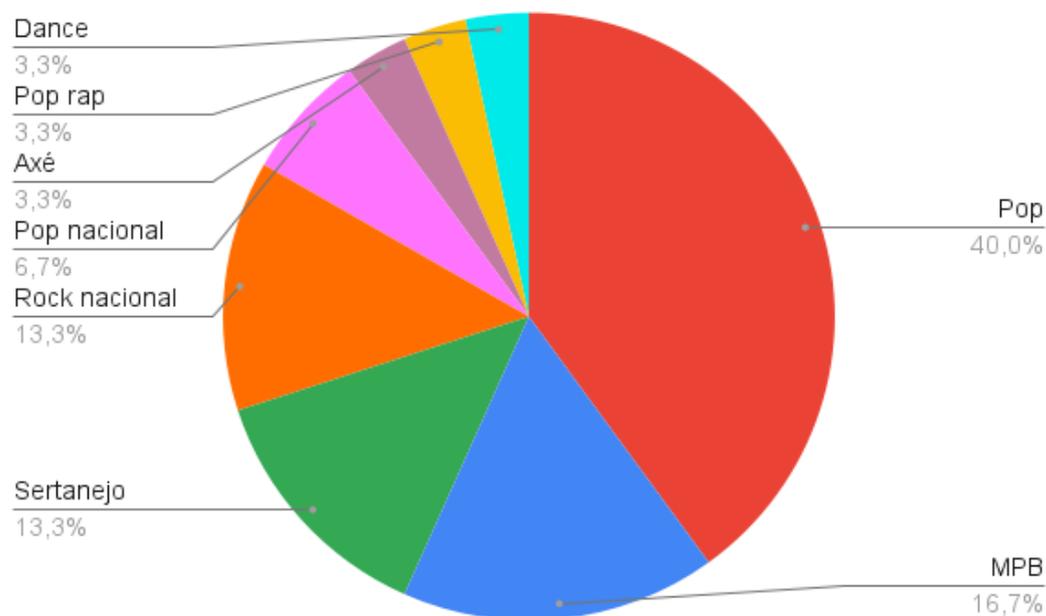
Fonte: Elaborado pela autora com dados do site Mais Tocadas (2022).

GRÁFICO 7: Gênero das 3 músicas mais tocadas de cada ano nas rádios brasileiras entre 1990 e 1999, de acordo com o site Mais Tocadas (2022).



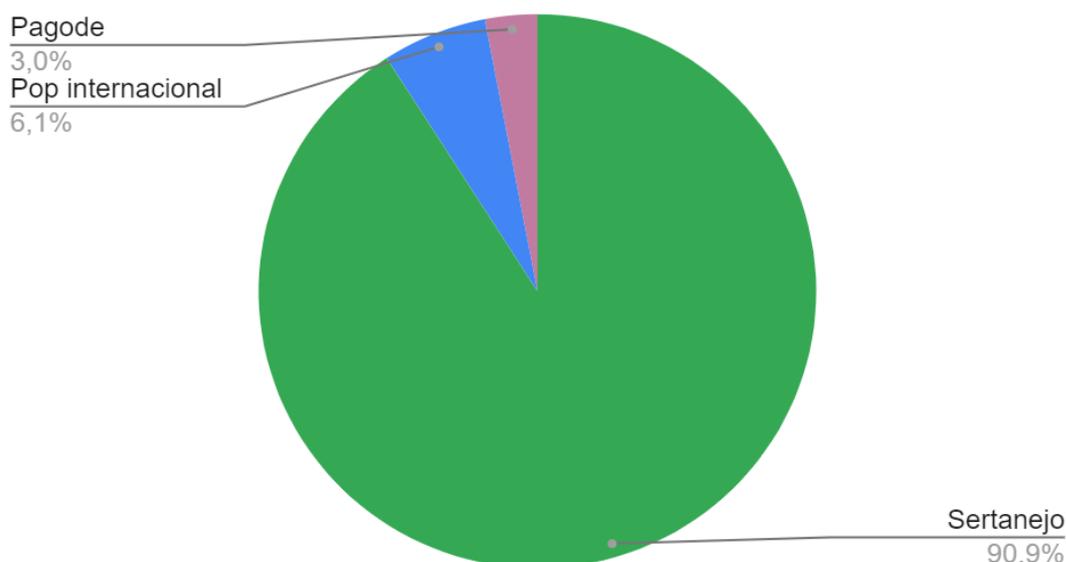
Fonte: Elaborado pela autora com dados do site Mais Tocadas (2022).

GRÁFICO 8: Gênero das 3 músicas mais tocadas de cada ano nas rádios brasileiras entre 2000 e 2009, de acordo com o site Mais Tocadas (2022).



Fonte: Elaborado pela autora com dados do site Mais Tocadas (2022).

GRÁFICO 9: Gênero das 3 músicas mais tocadas de cada ano nas rádios brasileiras entre 2010 e 2020, de acordo com o site Mais Tocadas (2022).



Fonte: Elaborado pela autora com dados do site Mais Tocadas (2022).

Conforme se observa, a presença do pop internacional no consumo de músicas através das rádios brasileiras é bastante significativa ao longo das décadas, tendo sua presença diminuída somente nesta última, de 2010 até 2020. A MPB (Música Popular Brasileira) tem presença variada ao longo dos anos, com maior destaque entre 1980 e 1990, notadamente pelos sucessos de artistas como Gal Costa, Rita Lee e Milton Nascimento, por exemplo. O rock nacional de bandas como Titãs, Legião Urbana, Mamonas Assassinas e Skank também se fazem presente nas décadas de 1990 e 2000, principalmente. Tendências que marcaram épocas também são visíveis no gráfico, como o rock internacional dos anos 80, com Pink Floyd, Queen e Bon Jovi, e o pagode dos anos 90, com clássicos dos grupos Os Morenos, Só Pra Contrariar e Terra Samba.

Em relação ao sertanejo, apesar de historicamente já terem surgido grandes sucessos do gênero nos anos 50, 60 e 70, nenhum destes artistas receberam a atenção das grandes produtoras musicais (*majors*) até então, relegados a pequenas e médias gravadoras nacionais (DE MORAIS, 2020). O grupo Amigos reuniu duplas sertanejas que atingiram de fato o sucesso responsável pela mudança do gênero, a partir de 1980. Apesar de críticas da parcela tradicional da música sertaneja, Chitãozinho e Xororó, Leandro e Leonardo e Zezé DiCamargo e Luciano fizeram com que o sertanejo se posicionasse pela primeira vez dentro do mercado fonográfico moderno, com maiores investimentos e espaços de distribuição semelhantes à de artistas de outros gêneros de sucesso.

Essa mudança de inserção não foi somente pelo mérito das duplas, mas também devido o interesse da indústria nos anos 1980. Deslocando o foco do eixo Rio-São Paulo, as gravadoras buscavam gêneros rentáveis e com grande abrangência. “A grande inovação que esses artistas trouxeram não foi a valorização do sertanejo pelo mercado fonográfico, mas sim a abertura a novos públicos, que aconteceu

também graças ao apetite das duplas a absorver novas tendências em nome de um maior alcance” (DE MORAIS, 2020).

Nos gráficos apresentados observa-se a participação do gênero no consumo brasileiro ainda na década de 80, com a dupla Leandro e Leonardo. Na década de 1990 a participação nas rádios cresce de um para quatro grandes sucessos, mantendo este número nos anos 2000, período de ascensão de muitas estrelas do pop internacional como Beyoncé, Fergie, Alicia Keys e Pussycat Dolls (ritmo que possui maior destaque no período). A partir de 2010, o gráfico demonstra a participação quase absoluta do sertanejo nas rádios do país, com apenas três participações de outro gênero até 2013. É possível assumir que, a partir da última década, o público adepto ao uso da rádio como forma de acesso à música tem consumido, em sua maioria, músicas do gênero sertanejo.

De acordo com Gadini (et. al, 1997) o rádio é o meio de comunicação que mais divulga este tipo de música, sendo muito utilizado até hoje pelas camadas mais baixas da população, que não tem acesso ou não adquiriram o hábito de consumir música pela internet. Além disso, o rádio pode ser considerado uma forma mais democrática de consumo de música e acesso às informações, uma vez que chega em lugares onde a conexão de internet não é possível – situação que deve ser levada em consideração ao confrontar a realidade de um país continental como o Brasil.

Portanto, torna-se possível concluir que o sertanejo teve grande ascensão no mercado fonográfico brasileiro nos últimos anos, notadamente na última década, tornando-se o líder no consumo de música no país. Fazendo uso destes dados para discorrer sobre o condicionamento materialista da indústria da música, percebe-se dois movimentos de um mesmo caminho para analisar tal ascensão. O primeiro trata da trajetória natural da cultura, onde aceita-se que uma maior adesão à vida “rural moderna” faz com que mais representantes deste estilo surjam. O segundo movimento considera 2008 como divisor de águas, como determinante na reprimarização econômica do Brasil e no conseqüente acúmulo de capital por parte daqueles que dominam o setor agropecuário, o que proporcionou maior investimento deste em “seus representantes”.

Apesar de ambos os movimentos demonstrarem já de início o caráter condicionante do plano material na produção fonográfica, e na produção cultural como um todo, o segundo processo abre espaço para uma discussão pouco trabalhada em relação aos investimentos privados na indústria fonográfica, e o impacto deste no consumo de cultura de todo o país. Conforme já exposto, as produções culturais são fonte não somente de entretenimento e lazer, mas também de reconhecimento e pertencimento, responsáveis por transmissão de valores e práticas. Kamila Fialho, conhecida como ex-produtora da cantora Anitta – notável artista brasileira da última década – ironizou a dificuldade de competir com os investimentos do sertanejo: “[...] tem muito dinheiro né, “ali é boi”. Eu pago para tocar uma música na rádio eles compram a rádio” (CORREDOR 5, 2021).

Além da capacidade de investimento acrescida daqueles que são os “donos do boi”, destaca-se também a evolução do que seria o estilo de vida sertanejo, retratado nas músicas. Segundo Vilela (2017) a música popular brasileira tem como

característica principal a crônica, ou seja, o retrato do cotidiano e anseios de um determinado grupo em uma determinada sociedade. A música caipira, gênero da qual sertanejo foi vertente, segue fortemente esta lógica, assim como faz o gênero mais ouvido pelos consumidores brasileiros de música atualmente. Tal consideração abre espaço para uma longa análise das letras das músicas consideradas sucesso, como feito por Silva (2018), que comprovam a hipótese apresentada, mas que, porém, não é o objeto central do presente artigo.

Ao considerar as informações presentes na subseção 1 deste capítulo, destaca-se o acúmulo de terras como relevante consequência da reprimarização, e consequente acúmulo de capital dos produtores do agronegócio, acúmulo maior do que aqueles que antecederam este período. Este evento abre espaço para considerações como a feita pelo produtor musical Clemente Magalhães:

Sabe o que acontece? O fazendeiro, rico, ele já é rico há 5 gerações. A vida dele é um tédio. Ele tem muito dinheiro, ele tem uma Ferrari, mas só usa em São Paulo... Quando ele fica sócio de um sertanejo a vida dele passa a ter graça, ele pega 5 milhões, que não é nada, bota num sertanejo, e então ele passa a ir para o show, tem camarim... (CORREDOR 5, 2021) 1:29:49

O novo poder de capital estabelecido por aqueles que se identificam com este gênero acaba sendo um dos influenciadores desta mudança no estilo. Além disso, a captura do sertanejo pelos padrões estabelecidos pelo próprio mercado fonográfico deve ser destacada. Conforme Soares (2015), a filiação do gênero pop aos gêneros musicais hegemônicos dentro de mercados específicos serve eficazmente para diferenciar aquela produção que será consumida pela massa ou não. De acordo com Jose Roberto Zan, professor do Departamento de Música da Unicamp, é justamente nos anos de 1980 que surgem o que ele considerou como o “sertanejo pop” ou “neo sertanejo”:

é dirigido a um público suscetível à “modernização” da música sertaneja. Produtores, diretores artísticos e profissionais de marketing fonográfico que atuam em gravadoras indicam as inovações para garantir a vendagem dos discos. Os novos astros desse estilo passaram a ser disputados por grandes gravadoras (majors) como Polygram, Sony Music, Warner e BMG-Ariola. A antiga imagem caricata do caipira mau vestido, banguela, com chapéu de palha, foi superada. As novas duplas usam roupas de grife, cabelo bem aparado e penteado. As mudanças estilísticas têm forte apelo comercial destinado a um público ávido por novidades. (ZAN, 2005, p. 4)

A nova versão do gênero, que ganhou os mercados brasileiros, possui, portanto, elementos muito diferentes daqueles que tivera inicialmente. Instrumentos elétricos e o “novo estilo” do sertanejo abandonam a imagem do caipira e da “roça”, como aquelas que caracterizavam o gênero anos atrás. A amplitude do público-alvo é notada também na homogeneização de ritmos dentro do mercado brasileiro. Se hoje o sertanejo é pop, ele também é forró, axé, pagode e “piseiro”, tornando-se difícil a distinção entre estes ritmos no momento de consumo de música.

Ao considerar a importância da música na produção de significados sociais, capaz de inspirar e/ou alienar pessoas, exportar estilos de vida e ser símbolo de mudança histórico-social-cultural (SILVA, 2018), entende-se a mudança apresentada dentro do gênero sertanejo no Brasil como produto da internacionalização do capitalismo e dos processos de standardização da cultura,

e neste caso, da produção fonográfica. Alguns sociólogos classificam esse movimento como dentro da dialética da globalização, que apresenta uma relação contraditória entre o global e o local, e entre a homogeneização e a busca do autêntico (ZAN, 2005). Tal consideração se faz possível não somente ao analisar características estéticas das músicas modernas, mas principalmente ao tornar o olhar no processo da produção fonográfica dos últimos 40 anos.

Os padrões observados no mercado global estão também presentes em um mercado nacional, como apresentado neste estudo de caso. Mesmo com temáticas domésticas – a vida sertaneja no Brasil, por exemplo –, as produções tendem a seguir o mesmo padrão e acabam por confluir num mesmo estilo, que visa um “público mais abrangente”, ou seja, o consumo da massa. O pop surge, neste sentido, como o representante máximo do que o mercado demanda.

Destarte, ao estudar a indústria fonográfica brasileira sob a ótica do imperialismo cultural, compreende-se a forma que este se dá num mercado mesmo que aparentemente repleto de produções “domésticas”. Não significa dizer, portanto, que o estrangeirismo criticado pela teoria se reduz às letras ou aos gêneros das músicas, mas sim nos processos produtivos em que tais músicas estão submetidas e na “função” destas. Assim como as músicas consumidas internacionalmente, o ranking brasileiro está também submetido ao guarda-chuva das 3 *majors* da indústria, o que permite entender seu objetivo nas massas. No Brasil, acontece com o sertanejo – cada vez mais pertencente à cultura pop – mas a pesquisa indica que o estudo de países e gêneros musicais diferentes apontarão para o mesmo caminho.

Assim, conclui-se que as produções fonográficas modernas, para além de uma perda de qualidade subjetiva, têm seu empobrecimento ligado à estandardização do mercado. Mesmo sem o conhecimento técnico específico, é possível notar tal declínio ao observar as letras, rimas e até mesmo variação rítmica daquelas músicas que fazem sucesso. Pode se considerar também um elemento deste empobrecimento as hipérboles dos refrões, vistos naquelas músicas que pretendem, antes de mais nada, que o público decore suas repetitivas estrofes. Este movimento percebido nos últimos anos pode ser atribuído ao processo de adesão da cultura ao mercado capitalista monopolizado, o que faz com que as músicas não sejam mais somente produto autêntico de caráter artístico e cultural, mas sim mercadoria estandardizada que serve ao propósito do lucro.

3.3 O impacto no mundo do trabalho

Após refletir sobre as alterações na forma de se produzir música e nos produtos gerados por essa indústria contemporaneamente, torna-se possível discutir o impacto no trabalho daqueles diretamente ligados ao setor, os que trabalham com a música. Para isso, discussões sobre as alterações nos regimes de acumulação capitalista se fazem apropriadas para entender qual o cenário a que os trabalhadores estão submetidos. Segundo Paulani (2009) os regimes de acumulação envolvem cinco parâmetros sociais e econômicos, sendo eles: forma de organização da produção e a relação dos trabalhadores com os meios de produção; o tempo da valorização do capital a partir do qual são definidos os princípios de gestão; a estruturação da demanda social; o padrão de distribuição relacionado à

reprodução dinâmica das classes e grupos sociais; e a articulação com formas não capitalistas. Apesar de tradicionalmente serem estudados os três principais conceitos, somente – Taylorismo, Fordismo e Toyotismo – será discutido aqui o que seria um embrião de quarto regime, aquele que rege o atual período.

Sob espírito do Toyostismo, a acumulação flexível, ou terceirização, fragmenta ainda mais os coletivos de trabalho e visa racionalizar a organização da produção, de acordo com as condições de concorrência capitalista num cenário econômico instável. “É movida, de imediato, pela redução de custos salariais das organizações capitalistas no sentido da adoção de estratégias meramente defensivas, tendo em vista a recomposição das margens de lucro” (ALVES, 2011, p. 411).

Sendo o regime em que estamos submetidos hodiernamente, Alves o caracteriza como um modelo no qual surgem setores de produção inteiramente novos, novas maneiras de se oferecer serviços, novos mercados e altas taxas de inovação comercial, tecnológica e organizacional. O termo “uberização”, popularizado por Pochmann (2016), reflete tal característica. Representando a máxima moderna deste dito pós-toyotismo, é “praticamente a autonomização dos contratos de trabalho”, onde o progresso técnico garante serviços com alto nível de customização e custo baixíssimo, diferente dos regimes de acumulação anteriores. Dentro da lógica do mercado fonográfico, tem-se o exemplo das plataformas digitais de música, em que o custo para acessá-las é bastante baixo se comparado à diversidade de produtos disponibilizados. Os fonogramas são, neste caso, ultra barateados, o que impacta diretamente os criadores, ou seja, os músicos.

O salto tecnológico intensifica assim a flexibilização do trabalho, e altera por definitivo a estabilidade dos trabalhadores, que agora se inserem “mais livremente” no mundo do trabalho, mas com um tipo de inserção de maneira muito mais informal, desigual e mal remunerada. Ainda há muito a se investigar sobre o impacto direto destes novos movimentos capitalistas na vida do músico, mas algumas considerações já são possíveis de serem feitas.

Como discutido anteriormente, o avanço tecnológico permitiu com que se atingisse certa facilidade para novos artistas se lançarem no mercado, seja pela publicação de vídeos em plataformas online, seja pela participação em grandes canais de streaming. Ainda assim, nada indica que a mesma facilidade seja encontrada no que diz respeito ao “posicionamento nas estantes”. Mesmo com participação nos grandes canais, acredita-se que muitas vezes artistas independentes não conseguem atingir mesmo nível de visualizações que artistas recém-lançados por grandes produtoras fonográficas, por exemplo. Tal hipótese abre nova oportunidade de investigação, ao tratar de um tema que parece estar relacionado com o assunto debatido neste artigo.

Por fim, como apontou De Marchi (2016), mesmo com a ascensão da produção independente – bastante comuns no Brasil em ritmos como funk e rap – o domínio das grandes produtoras não consegue ser driblado totalmente. Nascidos muitas vezes de um desejo de produção de riquezas de modo individual, a produção independente se vê minada pela etapa de distribuição da música, que são “terceirizadas nas grandes gravadoras”. Isso faz com que os trabalhadores ligados ao setor fonográfico sejam também submetidos ao padrão estabelecido pela

majors, que acabam por decidir de que forma o trabalho deve ser exercido, e de que forma estes serão premiados dentro da nova lógica produtiva. A racionalização da organização da produção atinge assim, o seu ápice.

Considerações finais

Diferenciando-se do estudo recorrente sobre cultura dentro das Relações Internacionais, a pesquisa sobre a indústria fonográfica trouxe para o debate a lógica da retroalimentação entre base material e produção subjetiva, isso graças ao uso do imperialismo cultural como lente teórica. Pôde se perceber as consequências de um mercado concentrado através das músicas mais consumidas dos últimos anos, a standardização. Isso permite o raciocínio de que a ascensão musical na indústria moderna está, portanto, determinada pelo nível de adequação junto aos padrões estabelecidos: o consumo, o apelo de massas.

Com base nessa teoria foi possível alcançar todos os objetivos pré-estabelecidos para o estudo da evolução da indústria fonográfica. Ficou claro também a amplitude do debate acerca cultura, e o cuidado necessário ao discutir sobre seu dinamismo, não cabendo nenhum tipo de patriotismo extremado ou “antiglobalismo”. Além disso, o uso da metodologia aqui escolhida permitiu uma satisfatória análise visual das mudanças dentro da indústria fonográfica, mesmo que com aspectos a se desenvolverem. Percebe-se como essencial a inclusão do consumo digital de música para uma visão mais ampla do fenômeno, aspecto limitante, mas que pode também servir como possibilidade para futuros estudos.

Por fim, considera-se que, ainda que sejam utilizadas outras ferramentas metodológicas, os resultados obtidos não apontariam no sentido de invalidar a hipótese aqui trabalhada. O presente artigo serve também como abertura de novas linhas de pesquisa dentro desta temática, possibilitando por exemplo estudos mais profundos sobre a interação dos gêneros brasileiros e a cultura pop, estabelecida pelas grandes produtoras fonográficas, ou ainda a inserção da indústria fonográfica moderna dentro dos regimes de acumulação e da sociologia do trabalho na era capitalista. Percebe-se que trabalhos que busquem refutar a hipótese do artigo também servirão beneficentemente para o avanço desta pesquisa.

O atual artigo abre ainda espaço para a aplicação do método aqui utilizado em outros casos diversos com diferentes países, como no reggaeton porto-riquenho ou o K-pop coreano, por exemplo. Por fim, reitera-se a importância do estudo da cultura dentro da área das Relações Internacionais não como um fenômeno isolado ou forma de análise individual, mas sim como ferramenta a ser utilizada conjuntamente com outros campos, como o econômico e político. Essa forma mais holística de estudo permite uma melhor compreensão do papel exercido pela cultura em influenciar e ser influenciada pelos países, assim como impactar diretamente na construção de identidades e na vida dos profissionais dessa área.

Sobre o texto e autoria

O texto apresentado é resultado do Trabalho de Conclusão de Curso de Laura Schneider de Lima, Bacharel em Relações Internacionais pela Universidade do Vale do Itajaí (Univali), com orientação de Daniel Corrêa da Silva é Professor do Curso de Relações Internacionais da Universidade do Vale do Itajaí (Univali).

Referências

- ADORNO, Theodor. O fetichismo na música e a regressão na audição. In: _____. Textos escolhidos. São Paulo, Nova Cultural, 1999, p. 65-108. Disponível em: <https://docero.com.br/doc/es5sncn>. Acesso em: 15 mar. 2022.
- ADORNO, Theodor. Indústria cultural e sociedade. São Paulo: Paz e Terra, 2009. Online. Disponível em: https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/4179826/mod_resource/content/1/IND%C3%A9ASTRIA%20CULTURAL%20E%20SOCIEDADE.pdf.
- ALMEIDA, Guilherme. O boom das exportações brasileiras, reprimarização da pauta de exportação e desindustrialização: uma visão do Brasil entre 1999 e 2008. 2010. Trabalho de Conclusão de curso (Graduação em Economia) – Faculdade de Ciências Econômicas, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2010. Disponível em: <https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/28144/000765835.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 25 abr. 2022.
- ALVES, Giovanni. Trabalho e sindicalismo no Brasil: um balanço crítico da "década neoliberal" (1990-2000). Revista de Sociologia e Política, p. 71-94, 2002. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rsocp/a/cqQdQF55TQF3Gb55DQqW4wc/?lang=pt>. Acesso em: 25 abr. 2022.
- ALVES, Giovanni. Terceirização e acumulação flexível do capital: notas teórico-críticas sobre as mutações orgânicas da produção capitalista. Estudos de Sociologia: Dossiê trabalho e sindicato (Unesp). São Paulo, v. 16, n. 31, 2011.
- AS MÚSICAS mais tocadas. In: As músicas mais tocadas no ano que você nasceu. [S. l.]: Mais Tocadas, 2022. Disponível em: <https://maistocadas.mus.br/musica-dia-nasceu/>. Acesso em: 18 abr. 2022.
- ARREGUI, Juan José Hernández. Imperialismo y Cultura. 1. ed. Buenos Aires: Continente, 2005.
- BARRETO, Mariana. Majors e hegemonia no mercado fonográfico brasileiro. Temáticas, Campinas, v. 21, n. 41, p. 127-156, 2013. Disponível em: <https://econtents.bc.unicamp.br/inpec/index.php/tematicas/article/view/11453>. Acesso em: 21 mar. 2022.
- BARRETO, Mariana. O específico mercado brasileiro de música gravada e a nova economia musical mundial. Revista Novos Rumos, [S. l.], v. 50, n. 1,

2022. Disponível em:
<https://revistas.marilia.unesp.br/index.php/novosrumos/article/view/3445>. Acesso em: 20 mar. 2022.
- CHASIN, José. Rota e perspectiva de um projeto marxista. *Ensaio Ad Hominem*, v. 4, p. 1-41, 2001. Disponível em:
https://gocufg.webnode.com/_files/200000029-e98c4ea835/rotas%20e%20prospectiva%20de%20um%20projeto%20marxista.pdf. Acesso em: 26 maio 2022.
- CORREDOR 5: Kamilla Fialho | Empresária K2L | Podcast de Música. Entrevistada: Kamilla Fialho. Entrevistador: Clemente Magalhães. [S.l.]: Corredor 5, outb. 2021. Podcast. Disponível em:
https://www.youtube.com/watch?v=_34TS18WiIc. Acesso em: 11. Abr. 2022.
- DA SILVA, Fábio Alexandre. ANÁLISE HISTÓRICO-CULTURAL DA MÚSICA SERTANEJA NO BRASIL: DO CAIPIRA AO PLAYBOY. *Revista de Literatura, História e Memória*, [S. l.], v. 14, n. 24, p. 218-234, 2018. Disponível em:
<https://saber.unioeste.br/index.php/rlhm/article/view/20403>. Acesso em: 15 abr. 2022.
- DE MARCHI, Leonardo. Indústria fonográfica e a Nova Produção Independente: o futuro da música brasileira?. *Comunicação Mídia e Consumo*, v. 3, n. 7, p. 167-182, 2008. Disponível em:
<http://revistacmc.espm.br/index.php/revistacmc/article/view/76/77>. Acesso em: 10 mar. 2022.
- DE MORAIS, Breno Kruse. A era do Sertanejo: como a digitalização da música contribuiu para a explosão do segmento. Orientador: Eduardo Vicente. 2020. 179 p. Dissertação (Mestre em Ciências) - Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2020. Disponível em:
<https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27161/tde-08032021-162243/publico/BrenoKrusedeMoraisVC.pdf>. Acesso em: 15 abr. 2022.
- ELMALEH, Éliane. Le Pop Art aux Etats-Unis: entre subversion et conformisme. *Revue française d'études américaines*, p. 56-65, 1997. Disponível em:
<https://www.jstor.org/stable/20874409>. Acesso em: 07 maio 2022.
- GADINI, S. L. ; MARTINS, A. C. ; WOITOWICZ, K. J. . Mídia e Cultura: a influência da música sertaneja no imaginário contemporâneo. In: XX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 1997, Santos/SP. XX Intercom. São Paulo/SP: Intercom, 1997. v. único. p. 87-87. Disponível em:
<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/83bfd3354dba45556d0f8054ad79bb6b.pdf>. Acesso em: 15 abr. 2022
- GIANINAZZI, Willy. O Capitalismo imaterial e a produção de si, segundo André Gorz. *Caderno CRH*, v. 30, p. 417-426, 2017. Disponível em:

<https://www.scielo.br/j/ccrh/a/GLBk9bvQG4HdZyppggcnvYws/?lang=pt>. Acesso em: 04 abr. 2022.

GOMES, Gerson; DA CRUZ, Carlos Antônio Silva. Vinte e cinco anos da economia brasileira. Brasília: Centro de Altos Estudos Brasil Século XXI, 2021. Apresentação de Power Point. Disponível em: <https://www.altosestudiosbrasilxxi.org.br/vinte-e-cinco-anos-de-economia-brasileira-1995-2020/>. Acesso em: 26 abr. 2022.

GROENEVELD, Matthijs et al. Music of Nothing, 2008. Cultural Imperialism. Disponível em: <http://www.frw.rug.nl/persons/groote/cursus/global%20village/web-sites/0708/music/index.html>. Acesso em: 30 mar. 2022.

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Censo Agropecuário 2017. Rio de Janeiro: IBGE, v. 8, 2017. Disponível em: https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/periodicos/3096/agro_2017_resultados_definitivos.pdf. Acesso em: 28 abr. 2022.

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Censo Agropecuário 2006. Rio de Janeiro: IBGE, 2006. Disponível em: https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/periodicos/51/agro_2006.pdf. Acesso em: 28 abr. 2022.

IFPI. IFPI issues Global Music Report 2021. IFPI. [S.l], mar. 20. News. Disponível em: <https://www.ifpi.org/ifpi-issues-annual-global-music-report-2021/>. Acesso em: 18 mar. 2022.

LAMOSO, Lisandra. Reprimarização no Território brasileiro. Espaço e Economia, n. 19, p. 1-31, 2020. Disponível em: <http://journals.openedition.org/espacoeconomia/15957>. Acesso em: 09 abr. 2022.

LENIN, Vladimir. Imperialismo, fase superior do capitalismo, Petrogrado, [S.l], 1916. Online. Disponível em: http://www.dominiopublico.gov.br/pesquisa/DetalheObraForm.do?select_action=&co_obra=2327. Acesso em: 11 abr. 2022.

MDIC - MINISTÉRIO DA INDÚSTRIA, COMÉRCIO EXTERIOR E SERVIÇOS. Comex Vis. Brasil: Informações Gerais: Visão Geral dos Produtos Exportados. [S. l.]: MDIC, 2021. Disponível em: <http://comexstat.mdic.gov.br/pt/comex-vis>. Acesso em: 28 abr. 2022.

MEDIA TRAFFICS. United World Chart. All time chart. Media Traffics, 2022. Disponível em: <http://www.mediatraffic.de/previous.htm>. Acesso em: 02 abr. 2022.

MORELLI, Rita. Indústria Fonográfica, um estudo antropológico. 2. ed. Campinas: Editora da Unesp, 2009. Disponível em: <https://kupdf.net/download/ind-uacute-stria-fonogr-aacute-fica-um->

estudo-antropol-oacute-gico-rita-c-l-
morelli_5b065bb7e2b6f53e2c6d4b26_pdf.

MUSIC AND COPYRIGHT, SME and WMG the biggest market share winners in 2021. Music and Copyright Press, [SI], abr. 2022. Disponível em: <https://musicandcopyright.wordpress.com/tag/market-share/>. Acesso em: 02 abr. 2022.

NYE, Joseph. Soft Power: The means to success in world politics. Nova Iorque: Public Affairs, 2004. Disponível em: https://www.academia.edu/28699788/Soft_Power_the_Means_to_Success_in_World_Politics_Joseph_S_Nye_Jr. Acesso em: 13 maio 2022.

PAULANI, Leda. A crise do regime de acumulação com dominância da valorização financeira e a situação do Brasil. Estudos Avançados USP: Dossiê Crise Internacional II, São Paulo, v. 23, 2009.

POCHMANN, Márcio. A uberização leva à intensificação do trabalho e da competição entre trabalhadores [nov. 2016]. Entrevistador: André Antunes. Rio de Janeiro: EPSJV/Fiocruz, 2016.

SOARES, Thiago. Percursos para estudos sobre música pop. In: FERRARAZ, Rogério et. al (org.) Cultura Pop. Brasília: EDUFBA, 2015. Disponível em: https://chuva-inc.github.io/compos-static-files/publicacoes/Cultura_pop_repositorio.pdf#page=20. Acesso em: 09 abr. 2022.

VILELA, IVAN. Caipira: cultura, resistência e enraizamento. Estudos Avançados, v. 31, p. 267-282, 2017. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ea/a/Q7Rpt74m3VvH5355jPDpVVH/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em 15 abr. 2022.

WORLD BANK DATA. World Development Indicators Database. GDP Growth (% annual). World Bank, anual. Disponível em: <https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.KD.ZG>. Acesso em: 18 mar. 2022.

ZANETI, Franco. Adriano Celentano, la storia di "Prisencolinensinainciusol". Rockol, ago. 2021. Disponível em: <https://www.rockol.it/news-714636/adriano-celentano-la-storia-di-prisencolinensinainciusol>. Acesso em: 15 abr. 2022.

ZAN, José Roberto. (Des)territorialização e novos hibridismos na música sertaneja. Revista Sonora. São Paulo, n. 2, 2005. Disponível em: <https://www.publionline.iar.unicamp.br/index.php/sonora/article/view/625/598>. Acesso em: 20 abr. 2022. BEINEKE, Viviane. Ensino musical criativo em atividades de composição na escola básica. *Revista da ABEM*, Londrina, v. 23, p. 42-57, jan./jun. 2015.

BELLOCHIO, Cláudia R.; GARBOSA, Luciane W. F. (Orgs.). *Educação musical e pedagogia: pesquisas, escutas e ações*. Campinas: Mercado de Letras, 2014.

BONDÍA, Jorge L. Notas sobre a experiência e o saber da experiência. *Revista Brasileira de Educação*, n. 19, p. 20-28, jan./fev./mar./abr. 2002. Acesso em: 21 set. 2017.