

NOVOS CENÁRIOS DA INDÚSTRIA FONOGRAFICA: uma análise da carreira da cantora Madonna através de plataformas de divulgação de música¹

Mateus Silomar²

Alan Mangabeira Mascarenhas³

Emerson da Cunha de Sousa⁴

Faculdade Maurício de Nassau, João Pessoa, PB

RESUMO

A indústria fonográfica é um mercado amplo, pautado de mudanças, novas formas de consumo e processos flutuantes de fruição. A partir dela percebe-se ao longo da história transformações nas formas de ouvir música e também como a mesma agencia e é agenciada pelo mercado. Do vinil ao CD, do *Napster* ao *Spotify*, este artigo pretende observar algumas etapas dessas mudanças de divulgação e consumo no mercado fonográfico. Para tanto, a cantora Madonna desponta como objeto tendo em vista seu surgimento na década de 1980, um período anterior à massificação da internet, e ao permanecer nas paradas ainda hoje, transitando do K7 ao *streaming*. A pesquisa visa refletir como se deu a reconfiguração dos itinerários de produção da música pop diante das mudanças dos meios de divulgação da indústria fonográfica.

PALAVRAS-CHAVE: música; streaming; reconfiguração; cultura pop.

1. TRANSIÇÕES: uma reconfiguração da indústria fonográfica

A mídia e seus dispositivos vêm se modificando a cada instante, como, por exemplo, do VHS ao *Blue-ray* 3D, do vinil ao MP3. Por sua vez, o mercado fonográfico vem apresentando novos moldes, como as vendas de músicas a partir de serviços em plataformas de streaming e o uso das redes sociais por meio da internet para divulgação de álbuns. Diante destas transições, a cantora Madonna, ao longo de sua carreira, teve que se adaptar a essas mudanças no cenário fonográfico.

¹ Trabalho apresentado no DT 8 – Jornalismo do XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 07 a 09 de julho de 2016. Este trabalho é parte da monografia que se chama “INDÚSTRIA DA MÚSICA E STAR SYSTEM: A música pop diante da reconfiguração das mídias digitais”.

² Graduado do Curso de Jornalismo da Faculdade Maurício de Nassau. email: mateussilomar@hotmail.com.

³ Orientador do trabalho. Doutorando pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). Email: alanmanga1@gmail.com

⁴ Orientador do trabalho. Mestre em Comunicação pela Universidade Federal do Ceará (UFC). emersoncsousa@gmail.com

A década de 1980, começo da carreira da cantora, foi marcada por um período de viradas e conflitos no cenário político e na economia mundial. A indústria musical voltou-se para o *pop* com o surgimento de novos formatos de *shows*, entre os pioneiros podemos citar Elvis Presley, Michael Jackson e Madonna.

Podemos ressaltar que esses novos estilos de estrutura de um grande palco, com dançarinos, cenários que mudam de acordo com as músicas, as trocas de figurinos e afins trouxeram um novo olhar para a performance pop enquanto produto da indústria.

Duas figuras importantes para esse novo conceito de apresentação/espetáculo foram Michael Jackson e Madonna, precursores desse movimento. Elvis Presley, por sua vez, nos anos anteriores (particularmente em 1969) fixou a primeira residência em Las Vegas. Essas três personalidades foram relevantes para o campo da apresentação ao vivo como é consumida ainda hoje, pensando o *show* em blocos narrativos e em biografias que se entrelaçam com a música. Ou seja, são artistas vetores de um sistema de consumo que dura até os dias atuais. Tanto o formato de show “turnê” perdura de forma parecida ainda hoje quanto o show “fixo”, a residência. Segundo a Revista *Billboard*⁵, entre os artistas que mais entraram nos *charts* dos anos de 1980, estão Madonna e Michael Jackson e seus shows refletem isto.

A década de 1990, por sua vez, deu continuidade às reconfigurações musicais, mas, diferente do período dos anos 1980, a nova década começou com um forte impulso do rock e uma grande exploração midiática do gênero *rock/pop* em plataformas que ainda não eram exclusivamente voltadas à música. É uma das décadas mais icônicas para a indústria dos *paparazzi*, por exemplo. Madonna em 1990 embarca em novos projetos como: a inauguração de sua empresa, a “Maverick”, o lançamento do livro *Sex*, que vendeu mais de 1,5 milhões de exemplares, e a notoriedade no cinema com o papel de Eva Perón no longa-metragem “Evita”, de 1996, do diretor Alan Parker. Além de lançar mais álbuns em novas plataformas, já que o vinil estava perdendo sua força com a chegada dos *compact discs*.

Com a vinda de novos nomes, como Mariah Carey, Celine Dion, Janet Jackson e Shania Twain, o gênero trouxe outra visão para as rádios. De acordo ainda com a Revista *Billboard*⁶, nos anos de 1990, os *charts* estiveram voltados para os seguintes artistas: Mariah Carey, Whitney Houston, Madonna e Janet Jackson.

Seguindo este cenário, apostando em um *pop* mais romântico enfatizando o segmento adolescente, vemos o surgimento das *boy bands*, como *Hanson*, *Backstreet*

⁵ BILLBOARD CHART ARCHIVE (2015).

⁶ Billboard Charts Archive (2015)

Boys e 'N Sync, e das *girl bands* como *Spice Girls*, *Sugababes* e *Destiny's Child*. As *Spice Girls* e os *Backstreet Boys* foram os grupos *teens* que mais atingiram bons resultados durante essa década. Após este momento, ao fim da década, surgiram artistas da Disney para os mesmos seguimentos das *boybands*, como Britney Spears e Christina Aguilera.

Há aqui, um acionamento sonoro por parte das gravadoras como a Jive Records, contratante dos *Backstreet Boys*, *'N Sync* e Britney, um itinerário de venda e consumo, principalmente pela imagem. Britney Spears, à exemplo, surgiu logo após a saída da cantora Geri Halliwell do grupo *Spice Girls*, em 1998. Uma das características de ambas as cantoras é o uso da sensualidade e do apelo sexual. Isso fez com que alguns fãs da cantora Geri migrassem para Britney Spears.

No início de 1999, Britney, considerada sucessora de Madonna na época, atingiu o topo dos *charts* da *Billboard*²¹ com a música “...*Baby one more time*”. Britney e Geri, assim como Madonna, compartilhavam uma imagem contraditória, uma dualidade entre o sagrado e profano, mas falavam com gerações que Madonna não necessariamente focava.

Em seu primeiro clipe, “*Wannabe*”, ainda nas *Spice*, Geri invade uma festa da alta sociedade inglesa, quebrando alguns protocolos do país ao subir em mesas e dançar com os convidados, enquanto Britney em “...*Baby One More Time*” transforma seu uniforme escolar católico em roupa sexy, dançando nos corredores do colégio. Neste sentido, Madonna é outro exemplo para essa dualidade. Criada em um ambiente religioso, a sua formação que ia de encontro às suas atitudes no palco, o que podemos ver no videoclipe da música “*Like a Prayer*”, que traz a relação entre o divino e o pecado, e uma vertente narrativa em seus videoclipes ligada à quebra de regras.

Uma nova sonoridade nesta década foi marcada pela mistura dos estilos *pop* e do *hip hop* nos Estados Unidos, pós fase inicial da Jive. Esse gênero permitiu ter um diálogo com os outros estilos musicais, já que as outras categorias se direcionavam para seus estilos próprios. O ambiente *pop* acarretou um intercâmbio e uma simbiose de sons e ritmos. Uma das primeiras parcerias desses dois ritmos ocorreu com a cantora Mariah Carey e o *rapper* O.D.B., com a música *Fantasy* do álbum *Daydream* (1995). De acordo com o portal eletrônico *MariahNow*⁷, a canção foi um sucesso ao redor do mundo. Nos Estados Unidos, foi o primeiro *single* de uma cantora na história a debutar direto em 1ª lugar no *Hot* da *Billboard*, vendendo mais de 229 mil cópias em sua semana de lançamento. A canção ficou

⁷Disponível em: <<http://mariahnow.com.br/2014/09/12/como-fantasy-chegou-ao-topo-das-paradas/>>. Acesso em: 04 nov. 2015.

dez semanas consecutivas em primeiro lugar nos Estados Unidos e recebeu o certificado de 2x platina por vendas superiores a dois milhões de cópias nos EUA. Madonna também começou a dialogar com o rapper, e, nas apresentações da artista, ela usava uma camisa com o nome da Britney Spears, demonstrando uma aproximação com as novas gerações e também os novos agenciamentos de mercado enquanto estava numa pausa antes do álbum “*Music*”, a ser lançado em 2000.

Foi ainda na década de 90 que os *shows* dos artistas *pop* começaram a figurar nas prateleiras das locadoras. Herança natural da transição do videoclipe como formato de divulgação para produto principal de consumo. Segundo o site Madonna Online, a artista lançou o seu primeiro VHS de clipes com a música “*Burning Up*”, “*Lucky Star*”, “*Borderline*” e “*Like a Virgin*”, em 1984. Já o primeiro DVD de clipes foi “*The Immaculate Collection*” em 1990. “O videoclipe passou a ser uma importante ferramenta de marketing para o posicionamento de artistas no mercado musical” (SOARES, 2013, p. 61). Apesar de termos ainda música em grandes formatos nesta década (vinil, por exemplo), começavam a aparecer os tocadores portáteis de música. Nesse período, a forma de transmitir arquivos de um computador para outro ocorria por meio de disquetes (com memória de 1,4 MB). A internet estava chegando aos domicílios brasileiros, mas vale salientar que essas formas de comércio (vinil e CD's) ainda existem, porém em menor quantidade em relação à década de 1990.

Em termos econômicos, o ambiente fonográfico demonstrava vasta lucratividade em comparação aos demais âmbitos da indústria cultural ao redor do mundo.

O faturamento das vendas das gravações musicais da Sony (3,8 bilhões de dólares) e da Polygram/Philips (3,7 bilhões de dólares) ultrapassa o da Nintendo (5,5 bilhões de dólares), companhia líder da indústria de videogames (Sadler: 1994). A importância da música na economia inglesa foi revelada por um relatório de 1995 sobre exportações invisíveis nesse caso, principalmente pagamentos de direitos autorais, que acusa 2,5 bilhões de dólares gerados em receitas externas. (SHUKER, 1999, p. 8)

Segundo Coelho (2013), o campo da música passou por várias plataformas sonoras, entre elas o vinil, ou também chamado *Long Play* (LP), que surgiu em 1940 para a reprodução de canções. Em 1963, houve o surgimento das fitas cassete (K7), como um formato portátil para a reprodução de músicas, e permitiam mais qualidade do som, maior durabilidade e possibilidade de, em média, ouvir 30 minutos de música de cada lado.

Na transição da década de 1980 para a de 1990, surgiram os *compact discs* (CD), que prometiam maior extensão, longevidade e um som mais claro. No Brasil, o vinil

começou ter uma queda a partir de 1992. No ano de 1995, as mudanças econômicas fizeram com que a população adquirisse novas mídias, no caso os CDs. As gravadoras deixaram de produzir LPs depois de 1997, integrando à fabricação total dos *compact discs*.

Contudo, nos dias atuais, a procura dos vinis vem novamente crescendo, e muitos colecionadores buscam essa ferramenta com um apreço pessoal. Segundo Peris (2015), os discos em vinil estão voltando ao mercado. De acordo com o texto, mesmo com a ampliação de músicas em “*streaming*” e MP3, o vinil rendeu mais de R\$8,5 milhões no Reino Unido em 2014. A vinda da internet possibilitou um novo marco para as plataformas sonoras com o surgimento de um novo formato, o MP3. Segundo dados do relatório divulgado pela RIAA, Friedlander (2015), nos Estados Unidos, os serviços de músicas em “*streaming*” acarretaram 29% do faturamento da indústria da música em 2015.

O *streaming* aparece como uma reconfiguração de algo que começou em 1999, com o desenvolvimento do Napster⁸, o câmbio de arquivos e o *download* de canções trouxeram novos rumos e uma boa aceitação para os jovens. Essa passagem foi demorada, porém muito utilizada. Vemos que o Napster veio como um serviço de streaming e com isso fez com que o mercado tivesse um novo olhar com essas novas plataformas. Nesse cenário, não existiam os famosos MP3 *players*, mas os CDs ganhavam cada vez mais espaço. Nesse mesmo momento, surgiram os discos graváveis, com capacidade mínima de 650 MB, que permitia ao consumidor fazer sua própria lista de música (*playlist*).

Quanto aos recursos que são disponibilizados na internet e que vão de encontro com os princípios de direitos autorais, afirma Moraes:

Observa-se que a multinacional japonesa possui uma marca atrelada à tecnologia e desenvolvimento de hardwares. Saem de fábrica laptops com capacidades de armazenamento e processamento cada vez maiores e equipados com gravadores e leitores de CDs e DVDs. Aparentemente do outro lado da cadeia produtiva, encontra-se a indústria do entretenimento que parece sofrer com o desenvolvimento e utilização de equipamentos de reprodução caseiros. (MORAES, 2010, p. 17)

Deste modo, Moraes (2010) retrata que são criadas ferramentas como gravadores de CDs e DVDs, disponibilização de CDs virgens e *softwares* para gravação dos mesmos, mas que, ainda assim, seria considerada uma atividade ilegal. A partir da internet, tornaram-se possíveis as cópias em grande escala e um diferencial para algumas etapas para o mercado da música.

⁸ É um programa de distribuição e compartilhamentos de arquivos na internet, criado por Shawn Fannig e Sean Parker no ano de 1999. Disponível em: <<http://br.napster.com/>>. Acesso em: 12 nov. 2015.

O documentário do diretor Brett Gaylor “*RIP!: A remix manifesto*”⁹ ressalta e relata que o mercado fonográfico vive em uma transição importante, que envolve a questão de direitos autorais (um paradoxo entre as grandes gravadoras e a indústria da música com o “*copyright*”, atrelado ao discurso de propriedade intelectual, por um lado, e, do outro, o “*copyleft*”).

A partir desse viés, percebemos que o mundo digital também gera uma dicotomia entre quem cria conteúdo e o disponibiliza na rede, mas não deseja que esse produto seja copiado, reconfigurado e compartilhado. Esse processo provoca discussões nos ambientes da indústria fonográfica principalmente, pois o que nutre esse mercado são os lucros dos direitos autorais pelos artistas, mas também das grandes gravadoras. Neste aspecto, o mundo dos *downloads* de forma ilegal é permeado por debates na academia e também na indústria da música.

Em 2001, a *Apple* produziu e lançou o *iPod*, trazendo um novo rumo para as plataformas de música, acarretando uma mudança nas vendas de CDs. A proposta do MP3 tornou-se mais abrangente com a mobilidade e praticidade dada pela *Apple*. A empresa lançou o *iPod* e a *iTunes Store* numa tentativa massiva de comercializar arquivos de música legais. É curioso o fato de que o catálogo de sites e plataformas ilegais ainda era mais vasto do que o da *Apple* no momento.

Atualmente, várias leis foram criadas para assegurar os direitos das gravadoras e também dos músicos, pois a ilegalidade e a pirataria também são fatores relevantes, já que agora é possível ter álbuns completos e *shows* disponibilizados na internet. Existem cada dia mais sites de *streaming* que possibilitam o *download* gratuito de canções e apresentações. Essa nova era acarretou novos avanços, mas também uma preocupação para a indústria da música.

De acordo com o relatório da Federação Internacional da Indústria Fonográfica – IFPI, divulgado em 14 de abril de 2015¹⁰, o negócio da música continua a se expandir para novos mercados e a criar novos modelos de negócios, atraindo mais usuários para serviços de música digital e trazendo artistas para um público global mais amplo. Em 2014, “as receitas digitais globais da indústria aumentaram 6,9% para US\$ 6,85 bilhões” (IFPI, 2015). Esses dados mostram as adaptações do mercado da música em relação aos dispositivos digitais em relação aos anos anteriores.

⁹ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=Q-I5m3SI_Gk>. Acesso em: 10 out. 2015.

¹⁰ IFPI publishes Digital Music Report (2015).

Segundo a Associação Brasileira dos Produtores de Discos (ABPD)¹¹, houve uma queda de 15% em relação as vendas físicas (CDs e DVDs) e um aumento significativo em relação a vendas digitais entorno de 30%.

No Brasil, é comum que as bandas de forró do Nordeste disponibilizem CDs e DVDs de forma gratuita nos seus *shows*. Esse novo tipo de mercado mostra que esses suportes de música viraram uma espécie de vitrine dos artistas locais para venderem os seus *shows*. Agora, a venda de CDs e DVDs já não é o foco principal dos artistas, mas, sim, o lucro que as apresentações nos formatos traçados por Elvis, Michael e Madonna lá atrás podem acarretar para eles.

2. Madonna: Uma trajetória marcada por reinvenções

Madonna Louise Veronica Ciccone, de acordo com a biografia escrita por O'Brien (2008), nasceu no bairro de Bay City, em Michigan, nos Estados Unidos. O primeiro contato com a música foi através do ex-namorado e DJ Mark Kmins na cidade de Nova York, em 1981, com sons mais suave. Temos, depois, um momento mais rebelde, junto com os questionamentos que iam de encontro com os princípios da Igreja Católica, encarnados, muitas vezes, por meio do sexo.

O lado cênico de Madonna foi uma invenção, uma projeção poderosa alimentada por uma mistura de filmes hollywoodianos, musicais da Broadway e poesia pouco convencional durante a infância. É como se tudo isso tivesse fermentado dentro dela durante anos até que fosse encontrada a maneira certa de dar vazão a seu talento (O'BRIEN, 2008, p. 43).

Ao logo do tempo, Madonna foi criando o seu estilo de música e também se projetando como artista. A dança, atuação e a música foram fundamentais para a consolidação dela no cenário fonográfico. Nos próximos tópicos, iremos abordar essa transição de plataformas sonoras e analisar o desempenho da cantora nessas reconfigurações.

2.1 Do Vinil ao Compact Disc

No início da década de 1980, o formato da divulgação já se dava através de *singles*¹², como hoje. O cantor era vinculado a uma gravadora para poder ter destaque nas rádios locais, nacionais e internacionais.

¹¹Relatório da Associação Brasileira dos Produtores de Discos- ABPD (2015)

E, com Madonna, foi da mesma forma: ela assinou o contrato com a Warner e lançou o *single* “*Everybody*”, cujo disco era homônimo. Com o suporte da gravadora na parte da divulgação, Madonna ganhou notoriedade na mídia e também do público com um gênero musical voltado ao *dance*¹³.

Nas décadas de 1980 e início de 1990, o movimento de divulgação de uma música na mídia era pautado a partir de grandes gravadoras que produziam os seus artistas e definiam da maneira que fossem necessárias os lançamentos de singles¹⁴, fitas cassetes e vinis. Nesse sentido, os singles eram vendidos em vinil. O álbum “*Everybody*” foi disponibilizado na plataforma de VHS de *shows*. De acordo com site Madonna Online¹⁵, foram lançadas no mercado as versões 12 e 7 polegadas em vinil. Segundo a MTV¹⁶, o álbum vendeu 250 mil cópias em 1982. Já em 1985, foi lançada a edição em formato k7 “*The First Album*” e inclui as mesmas faixas como o álbum original.

Nesse contexto, os cantores eram subordinados às suas gravadoras, pois essas empresas decidiam o que entrar ou não em um material de trabalho de um artista. Esses casos da relação entre as gravadoras e artistas ocorrem até hoje, porém, há novos mercados que abrangem outras formas de divulgar um artista independente, a internet sendo uma delas.

Nesse mesmo tempo, surgiram novos aliados na indústria fonográfica, como o canal a cabo MTV (*Music Television*), que exerceram um papel importante como produtos culturais. “O clipe era uma peça rudimentar do início dos anos 1980, com um toque de surrealismo. No início, aparecendo o olho de Madonna, uma flor, um carro e uma cabeça de escultura grega” (O’BRIEN, 2008, p. 96). A partir disso, o videoclipe surgiu como uma maneira de divulgação e que, com o passar do tempo, se tornaria um aliado para o mercado fonográfico e também um produto midiático:

¹² Segundo o Dicionário de Música *Pop* (SHUKER, 1999), o *single* era um disco de vinil. O lado A incluía músicas mais indicadas e o lado B as menos indicadas. Essa matéria servia como maneira de divulgação na década de 1980 e 1990.

¹³ Gênero *dance* são músicas voltadas para os clubes de danças.

¹⁴ Os singles eram vendidos em formato de vinil. No caso de Madonna, no primeiro álbum, a música “*Everybody*” teve 10 versões. Segundo o site Madonna Online, foram essas as versões: “*Everybody*” (LP Edit) 3:57, “*Everybody*” (1982 Dub Version) 8:58, “*Everybody*” (Extended Version) 6:02, “*Everybody*” (Instrumental) 4:35, “*Everybody*” (Italian Remix/Edit) 6:11, “*Everybody*” (Spanish 7” Instrumental) 4:15, “*Everybody*” (Spanish Remix/Edit #1) 6:22, “*Everybody*” (UK 7 Dub 4:31), “*Everybody*” (UK 7 Remix) 3:16 e “*Everybody*” (UK Dub) 6:03. Disponível em: <<http://madonnaonline.com.br/albuns-madonna/>>. Acesso em 17 abr. 2016.

¹⁵ Disponível em <http://madonnaonline.com.br/2015/10/06/everybody-completa-33-anos-de-lancamento_> . Acesso em 16 abr 2016.

¹⁶ Disponível em: <<http://www.mtv.com.br/musica/artistas/madonna/>>. Acesso em 16 abr. 2016.

Uma reflexão sobre videoclipe pressupõe tomar a história deste gênero a partir da compreensão dos artefatos tecnológicos que propiciaram a sua disposição enquanto objeto audiovisual.[...] Pensar o videoclipe diante deste ponto de vista significa compreender que a dinâmica produtiva deste audiovisual abarca uma relação com as disposições dos agentes de produção, que utilizam os suportes como forma de elaboração do próprio objeto e dos agentes divulgadores, capazes de colocar em circulação os referidos produtos (SOARES, 2013, p. 29).

O videoclipe, então, é um meio de divulgação e publicidade de um produto cultural. A história da artista e do canal a cabo MTV convergem em várias partes, sendo uma delas o surgimento dos videoclipes na televisão. Contudo, anos depois vemos que o videoclipe se atrelou como um produto cultural como podemos ver nas vendas de VHS com *greatest hits* de clipes que passaram a ser vendidos. Madonna é a prova de que o videoclipe pode ajudar na divulgação e também atrair novos nichos de públicos.

A cantora estava convencida a lançar a música “*Like a Virgin*”, *single* que foi composto por ela, Tom Kelly e Billy Steinberg. A música ficou cinco semanas consecutivas no *top* da parada da *Billboard*¹². Segundo o site oficial¹⁷ da cantora, “*Like a Virgin*” vendeu mais de 19 milhões de cópias ao redor do mundo. No mundo *pop*, a cantora disputaria com o auge do cantor Michael Jackson, com o álbum *Thriller*, com mais de 25 milhões de cópias vendidas¹⁸. A canção foi um divisor de águas para ela, pois, a partir de “*Like a Virgin*”, a cantora pôde imprimir seu estilo e sua marca para o público e também para a indústria fonográfica, além do mercado fonográfico começar a ver Madonna como uma artista e um ícone.

Junto com o novo movimento da música *pop*, a televisão também estava criando uma nova identidade jovem com o canal a cabo MTV. Ambos caminhavam na mesma direção. Em setembro de 1984, Madonna se apresentou na primeira cerimônia de premiação do MTV *Video Music Awards*, com transmissão simultânea para *Radio City Music Hall*. A artista cantou “*Like a Virgin*” usando uma roupa de noiva e executando gestos sexuais. Todos ficaram pasmos com a performance: “muitos se sentiram desconfortáveis diante da demonstração de uma sexualidade exaltada e superestilizada, mas os espectadores do programa congestionaram as linhas telefônicas” (O’BRIEN, 2008, p. 123). Foi um sucesso, todos estavam comentando esse fato, que foi um dos ápices da cantora. A música trouxe um estilo marcante para a cantora, e até hoje Madonna é lembrada pelas suas performances com “*Like a Virgin*”. Fazendo uma explanação da evolução das plataformas de músicas e vídeos,

¹⁷ www.madonna.com

¹⁸ Disponível em: <<http://www.michaeljackson.com/us/>>. Acesso em: 12 nov. 2015.

segundo o site Rolling Stone (2010)¹⁹, a turnê “*The Virgin Tour*” deu a origem ao primeiro VHS da artista em 1985, por meio da gravadora Warner Music.

2.2. Dos produtos físicos às plataformas de streamings

Entre as décadas de 1980 e 1990, a venda de discos era um nicho produtivo e rentável na indústria fonográfica. Madonna é a prova desse sistema, pois, com o lançamento de “*Like a Virgin*”, vendeu mais de 19 milhões de cópias ao redor do mundo. Já nos dias atuais, o mais recente álbum, “*Rebel Heart*”, vendeu cerca de 350 mil cópias segundo o site Billboard.

Com a vinda dos novos dispositivos tecnológicos, como a internet e a também dos novos mecanismos de pirataria digital, a indústria fonográfica começou a ter uma queda nas vendas de CDs físicos, o que acarretaria prejuízos para esse mercado. De acordo com reportagem da Folha de São Paulo, a preocupação do mercado em relação à pirataria é crescente:

Desespero é hoje palavra de ordem entre as grandes gravadoras de discos do Brasil. Reunidos pela Folha numa entrevista conjunta, presidentes de quatro das seis multinacionais em ação no país e um representante da Associação Brasileira dos Produtores de Discos (ABPD, a instituição que os congrega) são unânimes em admitir que sua área de atuação desce ladeira abaixo com a rapidez de um apagão. (SANCHES, 2001)

Ainda nesse aspecto:

A IFPI (Federação Internacional da Indústria Fonográfica) alega que um a cada três CDs de música vendidos em todo o mundo é ilegal. Segundo seus dados, a pirataria de música movimentaria um mercado cujo faturamento estimado seria da ordem de 4,6 bilhões de dólares. 1,2 bilhões de discos pirata teriam sido vendidos em 2004, representando 34% do total das vendas de discos daquele ano. Sendo assim, a indústria fonográfica alega precisar lutar, “com muita determinação”, para evitar o seu “puro e simples desaparecimento” do mundo dos negócios (CASTRO, 2006, p. 2).

Segundo Morton (2001), a turnê “*Drowned World Tour*” foi o primeiro DVD da cantora, em 2001, e incluía faixas bônus e também fotos das apresentações. Já o primeiro lançamento oficial foi “*Confessions Digital*” e foi fruto de um acordo com a empresa *Apple*,

¹⁹ Disponível: < <http://rollingstone.uol.com.br/noticia/ha-25-anos-madonna-iniciava-sua-primeira-turne/#imagem0>>. Acesso em 16 abr 2016.

que ocorreu em 2005, segundo o site Madonna Online²⁰, “Foram lançadas 2 versões do álbum: digital e a "física". No digital, existiam ainda duas opções: o álbum *non-stop* (uma faixa emenda na outra e não há pausas) e a versão *Unmix*, em que cada música contém uma pequena introdução e finalização diferente fazendo pausas entre uma canção e outra (pode ser encontrado no iTunes). Além disso, “um encarte digital (em PDF) também foi lançado contendo o mesmo material do CD comum.” (MADONNA ONLINE, 2013). Porém, os álbuns da cantora já eram disponibilizados de forma pirata na internet desde o álbum “*Ray of Light*”, o que mostra que esse mercado alternativo estava à frente do mercado “oficial”, ou seja, os produtos disponibilizados na internet geravam outros norteadores para os consumidores e uma nova forma de recepção.

Em relação ao mercado de streaming, Madonna tem mais de 4.500.000 de ouvintes mensais no aplicativo de música *Spotify*²¹. Nesse aspecto, a artista vem desempenhando um papel ainda relevante para a indústria fonográfica. Porém, se colocarmos Madonna em relação aos artistas que vieram da geração digital, como Justin Bieber, por exemplo, que possui mais de 30 milhões de ouvintes no *Spotify*, vemos que existe uma disparidade em volta desses números. Já Michael Jackson tem mais de 9 milhões de ouvintes mesmo sendo um artista póstumo. Vale salientar que ainda são lançadas música inéditas e com cantores da nova geração. Britney Spears, no entanto, mais nova que Madonna, tem aproximadamente 5.700.000 seguidores, consultados em maio de 2016.

Talvez o número de Madonna reflita uma situação estremecida entre ela e o mercado digital. Em 2000, Madonna processou o *site Napster*²² por disponibilizar as faixas do CD “*Music*” sem pedir o aval da cantora um mês antes do lançamento. Isso mostra que a internet e os *sites de downloads* estavam incomodando os artistas e as gravadoras. Os novos dispositivos tecnológicos trouxeram, no início, muita insegurança e dúvidas para o mercado fonográfico. A pirataria na internet começou a despertar no mercado da música uma instabilidade e prejuízos aos executivos das gravadoras do mundo todo. Retomamos ao pensamento de Moraes (2010), quando afirma que as empresas estabelecem aparatos para a disponibilização na rede, porém não permitem que os usuários baixem de forma ilegal esses conteúdos. O mercado fonográfico passou por essa crise na virada do milênio e precisou

²⁰ Disponível em: < <http://madonnaonline.com.br/albuns-confessionsonadancefloor/>>. Acesso em: 17 abr de 2016.

²¹ Disponível: < <http://spotify.com> > . Acesso em 16 abr 2016.

²² É um programa de distribuição e compartilhamentos de arquivos na internet, criado por Shawn Fannig e Sean Parker no ano de 1999. Disponível em: <<http://br.napster.com/>>. Acesso em: 12 nov. 2015.

criar algumas ferramentas para driblar essa situação. Como um desses exemplos, podemos citar a criação do *Ipod*, como vimos nos capítulos anteriores.

Outro aspecto de mudanças na indústria fonográfica nos meios digitais foi a parceria de empresas de aparelhos eletrônicos com os artistas. Madonna, segundo O'Brien (2008), fez uma apresentação na *Brixton Academy*, em Londres, que foi transmitida ao vivo on-line pela Microsoft. O acordo com a Microsoft é algo a ser considerado, pois, além de haver toda a especulação em cima do *show*, houve também uma interação com as novas tecnologias. As vendas digitais já eram uma realidade a ser encarada para a indústria como um todo, inclusive a da música. Podemos considerar esse ponto da carreira da artista como um meio de convergência entre as mídias.

Essas transformações no mercado refletiram também na carreira da cantora Madonna, em 2013, ela rompeu o contrato com a gravadora Warner e assinou com a *Live Nation*, uma produtora de *shows* e eventos. Segundo o próprio *site*²³ da empresa, ela se define como promotora e não como detentora de direitos autorais das músicas dos artistas. Além de Madonna, também fazem parte do acervo da *Live Nation* o grupo U2 e as cantoras Shakira e Christina Aguilera.

Essas mudanças foram possíveis a partir da internet e dos novos aparatos tecnológicos, incluindo um amadurecimento do mercado diante dessa transição. Esses novos modelos (redes sociais, aplicativos e redes interativas) impulsionaram uma nova mentalidade para a indústria fonográfica, fazendo com que houvesse uma ruptura entre os conceitos de lucratividade e o padrão mercadológico. A internet, convergência, redes sociais, entre outros conceitos que surgiram ao longo do tempo, vieram para abarcar uma nova linha de pensamento do mercado entre os produtos culturais e de entretenimento em geral.

Em 2015, Madonna lança "*Rebel Heart*", incluindo a *Rebel Heart Tour*. Antes de mostrar ao mundo o novo disco, as músicas foram supostamente vazadas na internet. Em dezembro de 2014, vazaram algumas canções do novo CD e, no mesmo mês, a cantora disponibilizou seis músicas para venda no aplicativo *iTunes*²⁴. Tempos depois, todo o seu catálogo foi disponibilizado na internet por *hackers*. A cantora fez uma postagem em sua conta no aplicativo de fotos *Instagram*²⁵ dizendo que "este *iPod* quebrado é um símbolo para o meu coração partido! Minha música foi roubada e vazada! Eu fui violada como

²³ Disponível em: <<http://www.livenation.com/>>. Acesso em: 17 nov. 2015.

²⁴ Aplicativo da empresa Apple de compra de músicas online.

²⁵ Disponível em: <<https://instagram.com/madonna/>>. Acesso em: 14 nov. 2015.

ser humano e como artista”²⁶. Isso indica que as novas tecnologias vieram trazerem bônus, ao mesmo tempo em que acarretaram ônus para os artistas e prejuízos para a indústria fonográfica.

Como observamos, o campo da música é atrelado tanto para ao mercado tradicional (lojas virtuais, como: *iTunes* e *Google Play*), mas também a pirataria é outro mercado que vem ganhando cada dia mais espaço no campo digital. Essa dicotomia entre ambos os comércios são realidades a serem encaradas. Vale salientar que a cantora Madonna aderiu ao aplicativo de música criado pelos artistas *pop* Beyoncé e Jay-Z, o *Tidal*.²⁷ Esses movimentos condizem com a sua permanência no mercado fonográfico, sabendo dialogar com as novas plataformas midiáticas, mas também fica em alerta no quesito do uso das disponibilidades desses produtos de forma ilegal.

Considerações finais

O mercado fonográfico em vários momentos teve que se adaptar às novas mudanças em relação aos avanços tecnológicos e também com os novos hábitos de consumo do público. Do VHS ao *Blue-ray* 3D, do vinil ao MP3, vemos que o consumo de plataformas junto à recepção de conteúdo se reconfigura por meio dos novos avanços tecnológicos e digitais. A partir desse caso, a indústria da música, por muitas vezes, na tentativa de emplacar um novo modelo não obteve tanto êxito em suas escolhas. No início, ver a internet como ameaça resultou em perdas para a pirataria digital. Ao mesmo tempo, com o crescimento do mercado clandestino de vendas dos produtos culturais (CDs, DVDs entre outros), a indústria fonográfica teve que driblar esse acontecimento.

Dessa mesma forma, a cantora Madonna, ao logo de sua trajetória no campo musical, teve que se reinventar para continuar ativa nessa indústria. Podemos analisar que a cantora veio como forma de vanguarda para a geração dos anos de 1980. Ela foi uma das pioneiras a consagrar o videoclipe. Além de fechar parceria com as empresas de tecnologias, ela soube se impor em um mercado cíclico e amplo. Porém, como vimos nas análises, a artista sofreu com o aparecimento da pirataria digital e uma maneira de se firmar nesse momento no campo digital foi agregar novas possibilidades e parcerias com agentes digitais (*Motorola, Apple, Microsoft, Britney*, entre outros). Mas sua identidade como artista se firmou diante destes novos acontecimentos na indústria fonográfica. Todavia

²⁶Texto original: “*This broken ipod is a symbol of my broken heart! That my music has been stolen and leaked! I have been violated as a human and an artist!*”

²⁷ Disponível em: <<https://instagram.com/p/06ce7rGEeZ/?taken-by=madonna>>. Acesso em: 14 nov. 2015.

como vimos nos dados anteriores dos ouvintes do canal da artista no *Spotify*, Madonna ainda encontra dificuldade em se manter ativa e também se estabelecer nessas novas plataformas de música. As novas formas de consumo de música mudaram e isso reflete ao longo da trajetória da Madonna. Do vinil ao *streaming* houve transformações significativas para a indústria da fonográfica e também um impacto para esses artistas que precisaram se reconfigurar para se estabelecer nesse meio.

Atualmente na era digital, ainda há um contorno incerto entre quem produz um produto cultural e quem o consome. As múltiplas maneiras de recepção e elaboração de planos de consumo se transformam a cada dia. Novas plataformas são criadas a cada dia, o que nos remete a uma mutação diária na indústria. Todavia, essa perspectiva poderá criar um impulso para que artistas e também gravadoras se reinventem e se transformem a cada momento. Isso é um desafio, mas também, é uma realidade a ser encarada.

Estamos vivenciando um novo mercado, onde os serviços streaming como *Spotify*, *Itunes*, *Tidal*, entre outras plataformas, estão ganhando força e notoriedade. Agora, os artistas estão utilizando as redes sociais, plataformas de *streaming* e a própria internet como um meio de autodivulgação de seus trabalhos. Da mesma forma, os direitos autorais têm um papel fundamental ao transformar o *Napster* em um programa de streaming, viabilizando a venda de músicas em formatos digitais. O que seria uma ferramenta que traria prejuízos para a indústria fonográfica se tornou um aliado para os negócios da música.

Em suma, vemos que a cantora Madonna se adaptou aos novos formatos digitais e também acompanhou o mercado em suas transformações, porém ambos encontram dificuldades em trazer uma consolidação eficaz nas vendas de músicas. A pirataria digital acarretou sérios riscos para a indústria fonográfica e também para os seus agentes. Percebemos também, que os cantores nesse modelo atual não precisam necessariamente de uma grande gravadora para divulgar o seu material de trabalho. Madonna é a prova desse novo sistema, pois que rompeu com a Warner e assinou com uma produtora de eventos, a *Live Nation*, o que mostra algumas mutações no mercado musical. Pois, nesse novo negócio, não estão em jogo as vendas de CDs, mas, sim, as vendas de *shows*.

REFERÊNCIAS

CASTRO, Gisela G. S. **Pirataria na música digital: internet, direito autoral e novas**

práticas de consumo. UNIrevista, São Leopoldo, v. 1, n. 3, p. 1-11, 2006.

COELHO, Taysa. **Fita cassete completa 50 anos; veja o que mudou em cinco décadas.** TechTudo. 2013. Disponível em: < <http://www.techtudo.com.br/noticias/noticia/2013/09/fita-cassete-completa-50-anos-veja-o-que-mudou-em-cinco-decadas.html>> Acesso em 08 de set de 2015.

EVITA. Direção de Alan Parke Produção de Alan Parker, Andrew G. Vajna, Robert Stigwood. Estados Unidos: Hollywood Pictures Cinergi, 1996. 1 videocassete (134 min), VHS, son., color.

IFPI - International Federation of Phonographic Industry. **Global digital music revenues match physical format sales for first time.** Disponível em :< <http://www.ifpi.org/news/Global-digital-music-revenues-match-physical-format-sales-for-first-time>>. Acesso em: 05 set. 2015.

MICROSOFT. **Usuários do MSN baixam a nova canção da Madonna para Live Earth de graça.** MAI, 2007. Disponível em: <https://www.microsoft.com/brasil/pr/2007/live_earth.aspx>. Acesso em: 15 nov. 2015.

MORAES, Cândida Maria Nobre de Almeida. **Pirataria no ciberespaço: como a lógica da reprodutibilidade de industrial disponibilizada pelas novas tecnologias afeta a própria indústria** / Cândida Maria Nobre de Almeida Moraes. João Pessoa, 2010. Disponível em: < <http://insite.pro.br/elivre/pirataria%20PC.pdf>> Acesso em 07 set 2015.

MORTON, A. Madonna. Estados Unidos. Nova York: St Martins' Press, 2001.

O'BRIEN, Lucy. **Madonna:50 anos: a biografia do maior ídolo da música pop.** Tradução: Inês Cardoso. Rio de Janeiro. Nova Fronteira. 2008.

REUTERS. **Madonna fecha acordo com a Live Nation para álbuns e turnês.** MAR, 2012. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/cultura/madonna-fecha-acordo-com-live-nation-para-albuns-turnes-4147189>>. Acesso em: 14 nov. 2015.

RIP! A Remix Manifesto. Direção de Brett Gaylor. Produção de Daniel Cross, Mila Aung Thwin, Ravidia Din, Sally Bochner. Canadá: Eye Steel Film, 2008. Disponível em: < <https://www.youtube.com/watch?v=lcuDe4iGI6s>> Acesso em 17 de maio de 2016.

SANCHES. Pedro Alexandre. **Indústria fonográfica reclama da pirataria e prevê extinção do mercado.** Folha de São Paulo, Rio de Janeiro. 2001. Disponível em < <http://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u15826.shtml>>, acesso 31 de mar de 2016.

SHUKER, Roy. **Vocabulário de música pop.** Tradução: Carlos Szlak. 1ª. ed. São Paulo : Hedra, 1999.

SOARES, Thiago. **A estética do videoclipe.** Ed. UFPB. João Pessoa, 2013.

PERIS, Jorge. **Discos de vinil vivem nova era de ouro no Reino Unido.** Londres. 2015. Disponível em: <<http://musica.uol.com.br/noticias/efe/2015/05/16/discos-de-vinil-vivem-nova-era-de-ouro-no-reino-unido.htm>>. Acesso em: 26 set. 2015.