

A vida social dos discos: da produção ao consumo de CDs e DVDs no comércio popular de São Paulo

Lucas Bernasconi Jardim - Bolsista PIBIC/CNPq, IFCH-Unicamp

Prof^a Dr^a Rita de Cássia Lahoz Morelli - Orientadora / Departamento de Antropologia, IFCH-Unicamp
lucas_bj@hotmail.com

Palavras-chave: consumo de música, comércio popular, pirataria



Discos vendidos no comércio da Rua 25 de Março.

Introdução

O estudo do mercado de música contemporânea passa necessariamente pelas transformações que a indústria fonográfica vem sofrendo na última década. O ponto de partida para se pensar essas transformações são as tecnologias que começam a se popularizar na década de 1990, como os computadores pessoais e a internet. Com o aumento do acesso a essas tecnologias, surgem também modelos de produção e distribuição de discos alternativos à grande indústria fonográfica. Estudar o mercado de CDs e DVDs piratas nas ruas de São Paulo é, portanto, tentar compreender a dinâmica de um desses modelos.

A pesquisa partiu da venda de CDs e DVDs no comércio popular do centro da cidade para mapear a dinâmica do mercado, da produção ao consumo dos itens ali vendidos, adotando assim uma “abordagem biográfica” (APPADURAI, 1986) dos discos. Pudemos então, em um primeiro momento, identificar os principais agentes envolvidos no processo. Posteriormente, entramos em contato com consumidores de discos, podendo refletir mais especificamente sobre o consumo de música gravada hoje, articulando os resultados com a teoria antropológica sobre o consumo.

Metodologia

Para realizar o mapeamento do mercado e reconstituir o trajeto dos discos desde sua produção até o consumo, conforme foi proposto, a metodologia adotada foi a pesquisa de campo. Assim, em um primeiro momento, realizamos uma pesquisa exploratória por locais onde discos são vendidos nas ruas, levantados a partir de fontes variadas, percorrendo diversos pontos de comércio popular da cidade. Realizamos então uma pesquisa mais detalhada, entrando em contato com vendedores e consumidores de discos. As conversas com os vendedores foram feitas especialmente nas galerias do centro da cidade, identificadas como centro das vendas “em atacado” de CDs e DVDs piratas, e tinham como objetivo identificar os principais agentes do mercado, entender de onde vem os discos e quais são os intermediários, e também quem é o público consumidor. Por último, entramos em contato com consumidores nas ruas, aplicando uma espécie de questionário que nos permitiu desvendar os principais argumentos do consumidor e aspectos do gosto musical. As conversas com os consumidores eram pautadas pelas questões: por que consumir um CD pirata? Quais são os estilos e artistas preferidos?

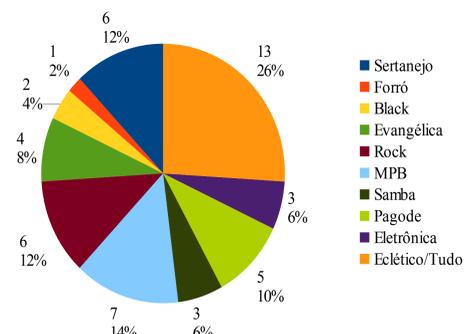
Resultados da pesquisa de campo

A compreensão da dinâmica dessa cadeia produtiva paralela se deu a partir das entrevistas com vendedores, em especial aqueles que trabalham nas galerias e shoppings populares do centro. Os resultados foram sistematizados no diagrama ao lado. O que podemos inferir desse diagrama é que há nesse mercado uma divisão do trabalho complexa e bem definida entre os agentes do mercado, o que o distancia de um mercado informal.

Na tabela abaixo, elaboramos uma lista dos discos “mais vendidos” de acordo com os próprios vendedores, o que nos mostrou uma predominância absoluta de títulos novos (2010, 2011) e de discos “ao vivo” ou “coletânea”. Também é possível notar a forte presença de artistas sertanejos vinculados a grandes gravadoras, o que demonstra que o mercado em questão acompanha as tendências da indústria fonográfica oficial, e há pouco espaço para a produção independente.

Os questionários com consumidores revelaram que o motivo de se comprar um CD pirata é quase sempre o preço baixo do produto. Também confirmaram a preferência pelo sertanejo, e revelaram um grande número de consumidores que se dizem “eccléticos”, ou que dizem gostar “de tudo”.

Artista	Título	Gênero	Gravadora	Ano
Paula Fernandes	Ao Vivo	Sertanejo	Universal Music	2011
Restart	Happy Rock Sunday	Pop-Rock	Maynard Music/ArtMix	2011
Exaltasamba	25 Anos / Ao Vivo	Pagode	Radar Records	2011
Exaltasamba	A gente botou pra quebrar 2	Pagode	EMI	2011
Fernando e Sorocaba	Bola de Cristal Ao Vivo	Sertanejo	Som Livre	2011
Rebelde	Rebelde - Trilha Sonora 2011	Trilha Sonora - Novela	Record Music	2011
Luan Santana	Ao Vivo no Rio	Sertanejo	Som Livre	2011
Sorriso Maroto	Ao Vivo em Recife	Pagode	Universal Music	2010
Chitãozinho e Xororó	40 Anos Entre Amigos	Sertanejo	Radar Records	2010
Jorge e Matheus	Ai Já Era	Sertanejo	Universal Music	2010
Vários	O melhor do flashback	Dance	Gema	2006
Vários	Rádio Disney Hits	Vários	Walt Disney Records	2011
Marcos e Belutti	Sem Me Controlar Ao Vivo	Sertanejo	Som Livre	2011
Belo	Pra Ser Amor	Pagode	Sony Music	2010
Garota Safada	Verão 2011	Forró	?	2011
Jorge e Matheus	Elétrico	Sertanejo	Multishow?	2011
Vários	Grandes Amigos	Sertanejo	Som Livre	2011
Aerosmith	Tough Love - Best of the Ballads	Rock	Geffen Records	2011
Banda Calypso	Meu Encanto	Brega	Som Livre	2011
Sampa Crew	Para Sempre	Romântico	Radar Records	2011
Vários	Funk do Cabral Vol.2	Funk	?	?
Vários	Top Hits 2011 Vol. 2	Elétrico	?	2011
Vários	Hip Hop Chic	Black	?	?
Vários	Insensato Coração Internacional Vol.1	Trilha sonora - Novela	Som Livre	2011
Papas da Língua	Bloco na Rua	Pop-Rock	Radar Records	2011
Cézar e Paulinho	Estúdio Ao Vivo	Sertanejo	Starline Music	2011
Vários	Pra Tocar nos Paredões: As Mais de Fortaleza	Forró	?	2011
Vários	Black Total 2011 Vol.2	Black	Black Records	2011

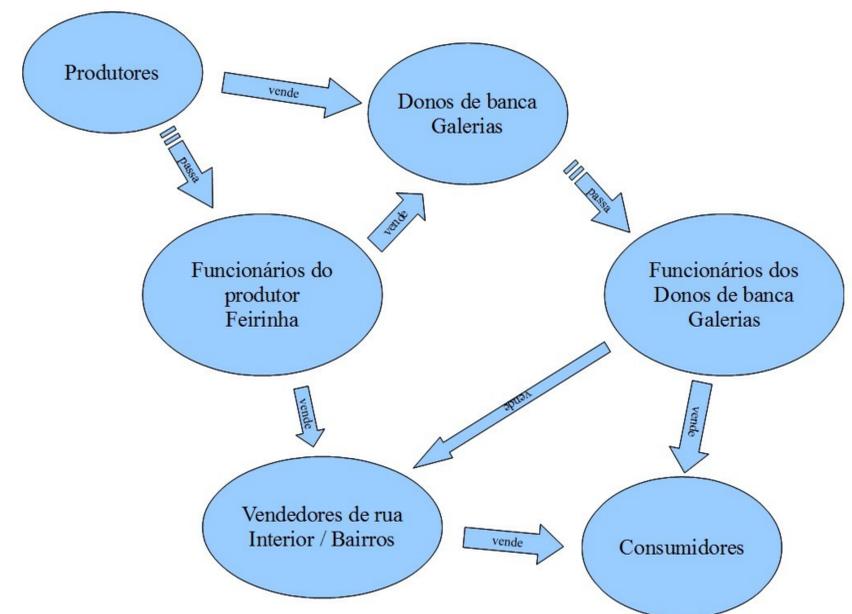


Conclusões

O crescimento da pirataria está vinculado aos preços altos dos discos em locais onde a renda é baixa aliados à difusão tecnológica, a partir da qual o consumidor tem acesso barato a música (KARAGANIS, 2011). Assim, a pirataria parece ser uma maneira de inserção de uma parcela da população no consumo de discos.

No entanto, podemos ir além e refletir sobre o significado das escolhas do consumidor do disco. Tomando como referencial teórico a discussão antropológica do consumo, partimos da superação da ideia de que o consumo se dá em termos de satisfação de necessidades, entendendo-o assim como um processo de “marcação” do indivíduo perante a coletividade (DOUGLAS, ISHERWOOD; 1979). Em outras palavras, pensamos os discos como objetos dotados de *valor-signo* distintivo, geradores de identidades (BAUDRILLARD, 1972) de indivíduos que se inserem possivelmente em determinados *circuitos* urbanos de consumo e lazer (MAGNANI, 1996).

Diagrama: o trajeto do disco pirata



Referências bibliográficas

- APPADURAI, Arjun. **A vida social das coisas**: as mercadorias sob uma perspectiva cultural. Niterói: Editora da Universidade Federal Fluminense, 2008 [1986].
- BAUDRILLARD, Jean. **Pour une critique de l'économie politique du signe**. Paris: Gallimard, 1972.
- DOUGLAS, Mary; ISHERWOOD, Baron. **O mundo dos bens**: para uma antropologia do consumo. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2009 [1979].
- KARAGANIS, Joe (ed.). **Media Piracy in Emerging Economies**. SSRN Books, 2011.
- MAGNANI, José Guilherme Cantor. “Quando o campo é a cidade: fazendo antropologia na metrópole” In Magnani, José Guilherme C.; Torres, Lilian de Lucca (orgs.). **Na metrópole**: textos de antropologia urbana. São Paulo: Edusp, 1996.

