



A MÚSICA QUE DÁ GOSTO

Gustavo Lorena Pinto^{a, 1}

^a Engenharia de Produção, Universidade Federal Fluminense (UFRJ), Rio de Janeiro, RJ, Brasil

Resumo

Este artigo tem como objetivo analisar o mercado de música sob a perspectiva da demanda. Realiza um mapeamento dos gostos musicais brasileiros, por Grandes Regiões, e mostra a evolução desses ao longo do período de análise (julho de 2005 a janeiro de 2012), considerando os diversos gêneros musicais da música brasileira e da música internacional.

Palavras chave: Mercado de música, Grandes Regiões do Brasil, Gostos Musicais, Gêneros Musicais

1. INTRODUÇÃO ²

A música brasileira está entre as manifestações culturais que mais se destacam em nossa sociedade. Entre Tom Jobim, compositor da música brasileira mais reconhecida internacionalmente, “Garota de Ipanema”, e Michel Teló, intérprete de “Ai se eu te pego”, música mais famosa da atualidade, há diversos músicos e músicas, nacionais e internacionais, que marcaram o cenário musical em distintas ocasiões. A importância dada à música pelo brasileiro é tal que, por meio da Lei no. 11.769, de 18 de agosto de 2008, ela se tornou a única expressão artística obrigatória na Educação Básica.

Podemos dizer, assim, que a música no Brasil dança ao som de uma melodia viva e bela. O mesmo, contudo, não se pode dizer da indústria fonográfica. Essa tem dançado sob uma melodia confusa, sofrendo em função de notas desafinadas causadas pela pirataria. Estudos da ABPD (2003, 2004, 2005, 2006, 2007, 2008, 2009) apontam uma queda vertiginosa, a nível mundial, de vendas de CDs, DVDs e *Blu-rays* desde fins do século passado. Embora tenha havido alguma recuperação nos últimos anos, esta foi muito tímida, não permitindo saber se ela se constitui num prelúdio que culminará em um grande *tutti* orquestral ou se será interrompida por uma pausa súbita.

Mas, em relação ao mercado musical, o que podemos dizer sobre ele? Essa pergunta pode causar estranheza ao leitor, haja vista o que foi dito no parágrafo anterior, mas é importante destacar desde já a existência de diferença entre indústria fonográfica e mercado musical.

A literatura acadêmica sobre o tema tem como foco principal o produto da música e não a própria obra musical. Ao falarmos em mídias de gravação, como CD, DVD ou *Blu-ray*, ou mesmo *downloads* de música, referimo-nos a dispositivos que dão acesso à música e não ao conteúdo musical. Sob essa perspectiva, utilizando a pirataria como exemplo, é possível perceber que ela diminui a demanda por esses dispositivos de acesso, causando grandes prejuízos à indústria fonográfica, mas, por outro lado, não tem impacto direto sobre a demanda por música. Ou seja, o consumidor não deixa de demandar a música que quer ouvir; ele apenas deixa de demandar uma forma de acesso a esse produto, conseguindo escutar a música de outra maneira (no exemplo, via pirataria, física ou digital).

Existe, assim, outra linha de investigação científica que diz respeito ao que aqui denominamos “mercado musical”, que carece de estudos. É justamente nessa linha que se insere este trabalho.

O objetivo deste artigo, especificamente, é analisar o mercado de música sob a perspectiva da demanda. Procura-se apontar quais são as músicas que as pessoas mais ouvem, cantam e que mais estão presentes no seu cotidiano. Trata-se, nesse sentido, de um mapeamento dos gostos musicais dos brasileiros.

Além desta introdução, esse artigo possui mais 6 seções. Na seção 2, é feito um breve panorama da situação atual da indústria fonográfica mundial e brasileira, destacando duas importantes óticas de discussão acerca do tema; na seção 3, é realizada uma análise microeconômica da música e de

¹ Agradeço a imprescindível colaboração de Ana Carolina Cordeiro Faria dos Santos e Solange Meirelles Lorena Gonçalves Pinto no levantamento e classificação dos dados, sem os quais não seria possível a boa consecução do presente trabalho.

² Este artigo está parcialmente embasado na monografia redigida pelo autor do curso de Licenciatura em Música da Universidade Federal do Rio de Janeiro (PINTO, 2011).



suas mídias; na seção 4, é apresentada a metodologia, destacando qual a fonte de dados utilizada, o período e abrangência considerados, assim como o processo adotado para classificação de músicas; na seção 5, são apresentados os resultados, por grande região; por fim, na sexta e última seção, são tecidas algumas considerações finais.

2. PANORAMA DA INDÚSTRIA FONOGRAFICA

Já não são poucos os estudos que tratam da indústria fonográfica. Na literatura acadêmica internacional, destacam-se os livros organizados por Vogel (2004) e Ginsburgh & Throsby (2006), que contém capítulos que sistematizam as principais discussões acerca do tema. Na nacional, tem-se livro organizado por Prestes Filho (2005) inteiramente dedicado à cadeia produtiva da economia da música que, por sua relevância, acabou inspirando trabalhos subsequentes, como o da Fundação João Pinheiro (2010) que analisou a cadeia produtiva da economia da música de Belo Horizonte.

Além da literatura acadêmica, deve-se ressaltar as publicações institucionais da Associação Brasileira de Produtores de Disco (ABPD) e da *International Federation of the Phonographic Industry* (IFPI), que se constituem as principais fontes de dados acerca da indústria a nível nacional e global, respectivamente.

Serão tecidos, a seguir, breves comentários acerca de duas óticas da discussão a respeito da situação atual do mercado fonográfico: a das gravadoras e a dos artistas. A pirataria está no centro da discussão e deve ser tratada como um tema transversal, na medida em que afeta tanto gravadoras como artistas, ainda que de maneira distinta. Logo após, proceder-se-á uma análise microeconômica da música, em que se destacará a diferença entre música e bens de música.

2.1 Indústria fonográfica: ótica das gravadoras

O principal foco de discussão sob a ótica das gravadoras é a queda vigorosa das vendas e receitas obtidas pelas produtoras desde fins do século passado. De fato, houve expressivo declínio, conforme apontado abaixo na Tabela 1 para a indústria fonográfica global.

Conforme pode ser observado, de 1996, ano de inversão da tendência, até 2007, houve uma queda de cerca de 25% no total das receitas. O declínio foi amortecido pelas vendas digitais que, desde o início de sua operação, tem crescido, tanto em termos de número de *downloads*, como em termo de receitas (Tabela 2).

Tabela 1. Receitas da indústria fonográfica global no período 1984-2007

Ano	Receitas totais (US\$ bilhões correntes)	Ano	Receitas totais (US\$ bilhões correntes)	Ano	Receitas totais (US\$ bilhões correntes)
1984	11,85	1992	29	2000	36,7
1985	12,14	1993	30,7	2001	34,5
1986	13,9	1994	35,8	2002	32,3
1987	16,5	1995	39,4	2003	32
1988	20,2	1996	39,5	2004	32
1989	21,3	1997	38,2	2005	33
1990	24,1	1998	38,1	2006	31,8
1991	27,3	1999	38,6	2007	29,9

Fonte: OCDE (2008)

Tabela 2. Receitas com vendas digitais (2004-2011)

Ano	Receitas totais (US\$ bilhões correntes)
2004	0,38
2005	1,1
2006	2
2007	2,9
2008	3,7
2009	4,6
2010	4,8
2011	5,2

A indústria fonográfica brasileira seguiu a mesma tendência da mundial, mas com efeitos ainda mais devastadores. Veja a Tabela 3 abaixo:

Observe que o total de receitas de 2009 é cerca de 39% das receitas de 1999, o que representa uma queda significativa. Ressalta-se, contudo, que a situação é mais crítica que esse percentual sugere. Como os dados apontados estão em valores correntes, eles não captam o efeito inflacionário. Destarte, a quantidade de unidades vendidas é melhor indicador da atual situação da indústria fonográfica. Em 2009, foram vendidas 25,7 milhões de unidades de mídias físicas (CDs, DVDs, *Blu-rays* e VHS), que correspondem a pouco menos de 30% das unidades vendidas em 1999.

Fenômeno semelhante ao ocorrido com a indústria fonográfica global aconteceu no Brasil. Houve aumento expressivo das vendas digitais que auxiliaram no amortecimento do impacto da queda das vendas nas mídias físicas. Analisando a Tabela 4, é fácil perceber o aumento expressivo na nova forma de comercialização de música, que ultrapassa 400%.



Tabela 3. Receitas da indústria fonográfica nacional no período 1999-2009

Ano	Vendas Totais (R\$ milhões)*	Unidades Totais (milhões)*
1999	814	88
2000	891	94
2001	677	72
2002	726	75
2003	601	56
2004	706	66
2005	615,2	52,9
2006	454,2	37,7
2007	312,5	31,3
2008	312,3	27,6
2009	315,7	25,7

*Não estão inclusas vendas a varejo nem digitais.

Tabela 4. Receitas com vendas digitais no Brasil (2006-2009)

Ano	Receitas totais (US\$ bilhões correntes)
2006	8,5
2007	24,3
2008	43,5
2009	42,8

O principal motivo alegado para a situação desfavorável em que se encontra a indústria fonográfica mundial e brasileira, em particular, é a pirataria. Em todos os relatórios anuais da ABPD, ela aparece como principal elemento de retração das receitas das gravadoras. O desenvolvimento e difusão das tecnologias P2P (*peer-to-peer*), que permitem o livre compartilhamento de dados – incluindo músicas – faz com que haja queda na demanda dos bens ofertados pelas gravadoras, uma vez que os consumidores têm alternativas a custo inferior.

Bandeira (2005)³, em seu artigo, contesta essa posição, argumentando que “as gravadoras não conseguiram apresentar qualquer estudo ou pesquisa que demonstre uma relação direta entre a queda no consumo de discos e a evolução do número de arquivos de músicas trocados pela Internet, de ponto a ponto”. De acordo com o autor, variáveis como a crescente concorrência com outras indústrias criativas (como cinema e *games*) e o desempenho da economia global não são abordadas pelas gravadoras com a importância necessária. Haveria, assim, uma exacerbação do prejuízo causado pela pirataria, como se ela fosse elemento quase que exclusivo da retração das vendas de discos.

³ Disponível em <http://www.gepicc.ufba.br/enlepicc/pdf/MessiasBandeira.pdf>.

Cammaerts & Meng (2011) concordam, mas apresentam outros argumentos. Para os autores, a diminuição das vendas de discos não pode ser atribuída somente ao compartilhamento de arquivos *online*, mas deve ser explicada por uma combinação de fatores como a mudança de padrões no consumo de música, a diminuição de renda disponível para lazer e o aumento das vendas de conteúdo digital via internet. E vão além: concluem que as evidências empíricas não permitem estabelecer uma ligação conclusiva entre o compartilhamento de arquivos e a queda das vendas de discos.

Apesar disso, fato é que há uma guerra declarada pelas gravadoras contra a pirataria. No âmbito regulatório brasileiro, foi promulgada a Lei no. 10.695, de 1º de julho de 2003, também conhecida como Lei Antipirataria, que acrescentou ao Código Penal hipóteses de aumento de pena. Aliado a ela, em 2004, foi criado o Conselho Nacional de Combate à Pirataria e Delitos contra a Propriedade Intelectual (CNCP), que tem por missão “propor e coordenar ações públicas e privadas para prevenir e combater a pirataria e os delitos contra a propriedade intelectual”⁴. A partir de então, diversas políticas e ações têm sido formuladas e implementadas para combatê-la.

Independentemente da posição que se tome – a das gravadoras ou a de seus críticos – todos concordam que a pirataria obriga a indústria fonográfica a desenvolver novos padrões de comercialização. As vendas digitais foram uma estratégia que deu resultado positivo significativo, mas que ainda está muito longe de reverter o quadro atual da indústria fonográfica. É necessário inovar para subsistir.

2.2 Indústria fonográfica: ótica dos artistas

Pela ótica dos artistas, a discussão crucial são os rendimentos obtidos. E existem três principais formas de conseguí-los: (a) venda de discos gravados; (b) venda de ingressos de *shows*; e (c) publicidade.

De acordo com Connolly & Krueger (2005), apesar das gravações gerarem maiores valores que as *turnês*, o artista se beneficia muito mais das últimas. Em 2003, as gravações nos Estados Unidos movimentaram 11,8 bilhões de dólares, enquanto o total de ingressos de *shows* foi de 2,1 bilhões de dólares. Os autores ainda calculam a receita média por fonte dos 35 artistas de maior rendimento, referente ao ano de 2002 (ver Quadro 1). O resultado comprova a hipótese de que, para os artistas, as *turnês* são mais vantajosas: enquanto as gravações geraram para os artistas, em média, 1,7 milhões de dólares, as *turnês* renderam mais de sete vezes este valor, no montante de 12,7 milhões de dólares.

⁴ Conforme informado em <http://portal.mj.gov.br/data/Pages/MJ-D6459A18ITEMID78C7CF7FAECB49DEB93F694C38FFCB5EPTBRNN.htm>



Quadro 1. Relação dos 35 artistas com maior rendimento

Rank	Artista	Shows (US\$ bilhões)	Gravações (US\$ bilhões)	Publicidade (US\$ bilhões)	Total (US\$ bilhões)
1	Paul McCartney	64,9	2,2	2,2	72,1
2	The Rolling Stones	39,6	0,9	2,2	44,0
3	Dave Matthews Band	27,9	0,0	2,5	31,3
4	Celine Dion	22,4	3,1	0,9	31,1
5	Eminem	5,5	10,4	3,8	28,9
6	Cher	26,2	0,5	0,0	26,7
7	Bruce Springsteen	17,9	2,2	4,5	24,8
8	Jay-Z	0,7	12,7	0,7	22,7
9	Ozzy Osbourne/the Osbournes	3,8	0,2	0,5	22,5
10	Elton John	20,2	0,9	1,3	22,4
11	The Eagles	15,1	0,7	1,4	17,6
12	Jimmy Buffett	13,7	0,2	0,5	17,6
13	Billy Joel	16,0	0,0	1,0	17,0
14	Neil Diamond	16,5	0,0	0,3	16,8
15	Aerosmith	11,6	1,0	0,8	16,5
16	Crosby, Stills, Nash & Young	15,7	0,0	0,3	16,0
17	Creed	10,9	1,1	1,6	13,4
18	Rush	13,4	0,0	0,0	13,4
19	Linkin Park	1,7	4,7	6,3	13,1
20	The Who	12,6	0,0	0,0	12,6
21	Red Hot Chili Peppers	6,1	3,4	2,7	12,1
22	Brian "Baby" Williams	0,2	2,7	0,9	11,8
23	Nsync	7,7	0,5	0,9	9,4
24	Barry Manilow	8,0	1,2	0,0	9,2
25	Britney Spears	5,5	1,8	1,0	9,1
26	Alan Jackson	4,6	3,0	1,4	9,0
27	Rod Stewart	6,6	1,4	0,8	8,8
28	Andrea Bocelli	8,1	0,2	0,4	8,7
29	Brooks and Dunn	6,7	0,4	1,4	8,1
30	Enrique Iglesias	4,4	1,5	1,7	7,6
31	Tom Petty	6,6	0,2	0,7	7,5
32	Tool	7,3	0,0	0,0	7,4
33	Kid Rock	3,4	0,8	1,3	7,0
34	Kenny Chesney	5,8	1,1	0,1	7,0
35	Santana	6,0	0,0	0,7	6,9
	Média	12,7	1,7	1,3	17,4



Os autores mostram, ainda, que há concentração expressiva dos rendimentos dos artistas e esta tem aumentado com o tempo. Em 1982, os *top* 1% dos artistas detinham 26% das receitas de ingressos de *shows*, enquanto em 2003 este valor chegou a 56%. Se considerarmos os *top* 5%, veremos que em 1982 respondiam por 62% e em 2003 por 84%. Embora esses rendimentos apenas se refiram aos provenientes das vendas de ingressos, os números são suficientes para entendermos a dimensão da concentração do mercado, já que, conforme observado, essas receitas são as que mais respondem pelo total de rendimentos dos artistas.

Essa notória concentração é o que alguns autores (Adler, 2006; Connolly & Krueger, 2005) chamam de *superstar effect*, primeiramente descrito por Rosen (1981), o qual sustenta a ideia de que existe entre as pessoas um diferencial de talento e uma pessoa pouco talentosa é um péssimo substituto de uma pessoa mais talentosa. Um artista de grande fama, nesse sentido, seria alguém que teria um diferencial de talento muito grande em relação à média, repercutindo em uma venda maior de produtos relacionados a este artista mais que proporcional a esse diferencial, já que não bastaria ouvir músicas de vários artistas medianos para compensar a apreciação de uma única música do artista “estrela”⁵.

Uma crítica, entretanto, a essa argumentação é a dificuldade de se medir o talento de forma objetiva. O que faz de um artista mais talentoso que outro é um critério subjetivo, muito pautado nas preferências de quem o ouve. Além disso, o próprio conceito de talento é discutível, pois há quem acredite que se trata de uma habilidade inata e intransferível de cada um e há quem defenda a ideia de talento como uma habilidade que se desenvolve, aproximando-se assim da ideia de qualificação.

Adler (2006), em contraposição a essa linha de raciocínio, encara a existência das “estrelas” como uma necessidade dos consumidores em terem uma cultura comum. Tal posição encontra certo suporte nos *rankings*.

Existem diversos *rankings*, que ordenam diversos artistas e bandas de acordo com um critério, como “música mais tocada”, “maior quantidade de CDs vendidos”. Muitas vezes os consumidores usam essas informações para o consumo de música, procurando se inserir no contexto musical “do momento”, com o intuito de ter a capacidade de opinar sobre as músicas de maior popularidade.

Isso acaba repercutindo em uma corrida dos artistas (e especialmente das gravadoras) para se manterem no topo dos *rankings*, o que, em alguns casos, se utilizou inclusive de meios ilegais, quando algumas gravadoras davam dinheiro ou presentes às estações de rádio de forma clandestina, para que determinadas músicas pudessem “ir ao ar” (CONNOLLY & KRUEGER, 2005).

⁵ O *superstar effect* não se restringe ao mundo artístico. Meyer (2005), aplica a teoria desenvolvida por Rosen em ocupações da área de tecnologia.

No que tange à pirataria, os seus efeitos sobre os rendimentos dos artistas variam em função da distribuição entre aqueles advindos da venda de discos e daqueles obtidos por meio de turnês ou publicidade. Quanto maior o percentual de rendimentos obtidos por meio de venda de discos, maior será a perda do artista em função da pirataria. A partir daí, torna-se uma estratégia natural do artista buscar rendimentos através de turnês ou publicidades, conforme pode se destacar na Tabela 5 acima, em que apenas 4 dos 35 artistas se beneficiavam mais de gravações do que de turnês.

3. MÚSICA E SUAS MÍDIAS: CONCEITUAÇÃO MICROECONÔMICA

Como já anunciado anteriormente, neste trabalho diferencia-se a indústria fonográfica e o mercado de música. Para compreender essa diferença, é importante separar a obra musical de sua mídia ou suporte, seja físico ou digital. A Figura 1 abaixo simplifica a distinção:

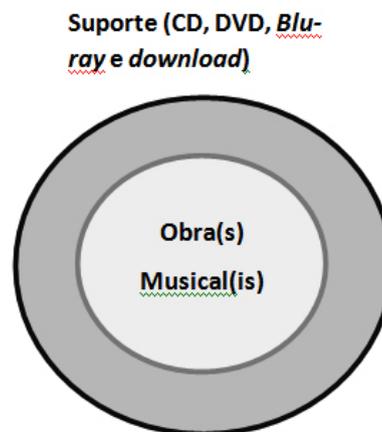


Figura 1. Obra musical versus mídia

A obra musical, definida aqui como a composição e/ou música em execução, é um subconjunto do suporte. Trata-se do conteúdo contido na mídia, tal qual o *software* que é executado no *hardware*. É possível assim que haja demanda por música sem haver demanda por CD, DVD, *Blu-ray* ou mesmo *downloads*. O contrário, contudo, não é verdadeiro. Demandar um CD, por exemplo, implica demandar ao menos uma música nele contida.

Do ponto de vista microeconômico, há também diferenças, não só entre a obra musical e as mídias, mas também entre as próprias mídias. Fatores que merecem destaque são: (a) possibilidade de exclusão do consumo; (b) existência de rivalidade no consumo; (c) custos de produção; (d) reprodutibilidade do bem e (e) diferenciação do bem.

(a) Possibilidade de exclusão do consumo

O princípio da exclusão se aplica quando é possível impedir o acesso a determinado bem ou serviço via preço. Assim,



se um indivíduo vai ao supermercado e deseja adquirir uma garrafa de dois litros de refrigerante, ele terá que pagar um preço por isso. Se não pagar, não poderá usufruir do bem.

Para determinados serviços, contudo, o princípio não se aplica. O serviço de iluminação pública de uma rua, por exemplo, beneficia a todos que por ela passam, independentemente se as pessoas pagam ou não. O mesmo acontece com a defesa nacional e a justiça⁶.

Giambiagi & Além (2007) afirmam que:

“O sistema de mercado só funciona adequadamente quando o princípio da exclusão no consumo pode ser aplicado, ou seja, quando o consumo por um indivíduo A de um bem específico significa que A tenha pago o preço do tal bem, enquanto B, que não pagou por esse bem, é excluído do consumo do mesmo. Em outras palavras, o comércio não pode ocorrer sem que haja o direito de propriedade que depende da aplicação do princípio de exclusão” (GIAMBIAGI & ALÉM, 2007, pg. 5)

A compreensão do princípio da exclusão é fundamental para o estabelecimento da diferença entre a obra musical e as mídias. A obra musical é um bem a que não se pode aplicar tal princípio. Quando uma música está sendo executada, não há como impedir as pessoas de terem acesso a ela. No caso dos CDs, DVDs, *Blu-rays* e até mesmo os *downloads* legais o princípio se aplica, na medida em que é possível excluir o indivíduo do consumo caso o mesmo não pague.

Nesse sentido, o que os direitos autorais e as diferentes mídias fazem é tornar a música um bem comercializável.

(b) Existência de rivalidade no consumo

A rivalidade ocorre quando um indivíduo consome um bem, de forma que todos os outros indivíduos passam a ter acesso a x-1 unidades daquele bem. Assim, seguindo o exemplo usado anteriormente, quando um consumidor compra uma garrafa de dois litros de refrigerante no supermercado, todos os outros consumidores terão acesso a uma garrafa a menos. No caso de só haver uma unidade, apenas um indivíduo adquirirá o bem.

A obra musical não é um bem rival, pois o fato de alguém apreciá-la não implica em redução de uma “unidade de apreciação” por outras pessoas. O mesmo se aplica para as vendas *online*. Ao efetuar *download* de uma música, o consumidor não estará reduzindo o acesso de outras pessoas.

⁶ Esse é um dos argumentos clássicos a favor da existência do Estado. É necessário um ente maior que o indivíduo para prover esses serviços, uma vez que, se estes ficassem a cargo daqueles que se beneficiam, não seriam ofertados.

O mesmo não se aplica, contudo, às mídias físicas nem a ingressos de *shows*. Quando um consumidor adquire um DVD, todas as outras pessoas terão acesso a uma unidade a menos do bem. De maneira análoga, ao comprar um ingresso, há a redução de acesso ao evento para todos os demais indivíduos em uma unidade.

(c) Custos de produção

Como já deve ser de conhecimento do leitor, os custos de produção se dividem em fixos e variáveis. Custos fixos são aqueles que são incorridos independentemente da quantidade produzida do bem. Já os custos variáveis, como o próprio nome sugere, são aqueles que variam conforme o nível de produção.

No caso da obra musical, encarada como a composição, todo o custo é fixo, inexistindo custo variável. No caso dos suportes físicos, o custo fixo é alto, justamente por conta do custo da obra musical⁷ e o variável é baixo. Esse se refere aos custos envolvidos com a confecção de CDs e os dele decorrentes, como os de logística.

O mesmo se aplica para as vendas *online* e para *shows*, somente diferindo na natureza do custo variável. No caso dos *downloads* legais, a quantidade de descargas simultâneas pode ensejar diferentes capacidades de servidor. No caso de *shows*, maior quantidade de ingressos vendidos pode gerar aumento em custos de serviços de apoio, como segurança.

(d) Reprodutibilidade do bem

Costumeiramente, os bens são classificados em duráveis e não-duráveis, de acordo com o tempo de degaste / depreciação de cada um. Essa classificação, contudo, não se coaduna bem com o que se pretende expor. Parece mais adequado, em se tratando de música, falar em reprodutibilidade, entendida como a capacidade de reprodução de determinada música.

A obra musical, enquanto composição, tem reprodutibilidade infinita, uma vez que ela jamais se esgota. O mesmo ocorre com os *downloads*. Uma vez obtida a música, o consumidor pode reproduzi-la quantas vezes desejar. Com as mídias físicas, a reprodutibilidade não é infinita, embora seja muito alta. Isso ocorre, pois ela é limitada à depreciação do suporte.

A grande diferença encontra-se nos ingressos para *shows*. Eles se constituem em títulos que dão direito, em geral, a assistirem uma única apresentação. Possuem assim reprodutibilidade única.

É importante ressaltar que, mesmo que o ingresso permitisse assistir a mais de uma apresentação do mesmo artista, ainda assim ele teria reprodutibilidade única. Cada apresentação, ainda que seja do mesmo artista e contenha as mesmas músicas, é uma experiência única e, por conseguinte, não reproduzível.

⁷ Conforme já exposto, a obra musical é um subconjunto do suporte.



(e) Diferenciação do bem

A diferenciação representa a capacidade de um bem, serviço ou empresa ser percebido de forma diferente dos seus concorrentes. Trata-se da característica mais importante para explicar o consumo de música. Cada música é única e, como tal, não há substitutos perfeitos. Tanto a obra musical como as mídias são altamente diferenciáveis. Se um indivíduo gosta do artista X, não se sentirá tão satisfeito se ganhar um CD do artista Y. Há, contudo, de se tecer duas observações.

A primeira delas diz respeito aos estilos ou gêneros. O agrupamento de músicas e artistas em gêneros mostra, em algum nível, que não há diferenciação total. Existem características como a forma de desenho de linhas melódicas, de realização de encadeamentos harmônicos, de utilização de estruturas rítmicas, de formação instrumental, que podem ser comuns entre diferentes músicas de diversos artistas. Apesar disso, ainda assim a diferenciação é expressiva, pois, mesmo entre músicas / artistas classificados no mesmo gênero é possível perceber características bem peculiares.

A segunda observação que se faz necessária é de que, apesar da obra musical e das mídias serem altamente diferenciáveis, não há tanta diferenciação entre as mídias relativas a uma mesma música / artista. É razoável supor, nesse sentido, que pode haver concorrência entre a gravação ao vivo das músicas de um *show* em CD, a gravação ao vivo, com imagens, do mesmo *show* em DVD e os *downloads* das músicas apresentadas no *show*.

No Quadro 2 abaixo é apresentado um resumo das características da obra musical e de suas mídias.

Estabelecidas as diferenças, destaca-se que o presente trabalho visa analisar somente a demanda por obra musical. Destarte, constituir-se-á em um levantamento dos gostos musicais no Brasil.

4. METODOLOGIA

4.1. Identificando a demanda por música

Apesar de parecer óbvia a identificação de quais são as músicas que as pessoas mais ouvem, quando de fato tentamos nomeá-las perceberemos que não é tarefa fácil. Isso acontece porque as nossas impressões se baseiam em nossas experiências, que, inevitavelmente, são muito restritas, uma vez que o Brasil é um país de dimensões continentais em que existem diferenças regionais significativas, inclusive no que diz respeito ao gosto musical.

A proposta dessa seção é fazer um mapeamento dos gostos musicais nas cinco Regiões Geográficas brasileiras: Norte, Nordeste, Centro-Oeste, Sul e Sudeste. Serão identificados quais gêneros musicais estão mais presentes em cada uma delas.

4.2. LEVANTAMENTO DOS DADOS

Para a realização do levantamento, será utilizado como variável principal o *ranking* das músicas mais tocadas nas rádios em cada uma das cinco regiões. Parte-se da premissa de que tais músicas refletem os gostos dos ouvintes, na medida em que o gosto musical não é uma característica totalmente intrínseca ao indivíduo, mas sim uma construção social baseada nas experiências musicais adquiridas ao longo de sua vida. É razoável supor que o indivíduo não irá demandar músicas que sejam distantes de sua realidade.

É importante destacar, ainda, que o rádio é um aparelho de grande penetração nos lares brasileiros. De acordo com o IBGE (2011), em 2010, mais de 80% dos lares brasileiros possuía rádio. Além disso, muitos equipamentos eletrônicos, como *iphone* possuem aplicativos que dão acesso às rádios. Entende-se, assim, que os dados levantados têm boa representatividade.

O *ranking* das músicas mais tocadas nas rádios é disponibilizado pelo Escritório Central de Arrecadação e Distribuição (ECAD) em seu *site*, que possui listagens

Quadro 2. Caracterização da obra musical e de suas mídias

Fatores		Obra musical	Mídia física (CD, DVD e Blu-ray)	Mídia digital (<i>download</i>)	Ingressos (<i>show</i>)	
(a)	Princípio da Exclusão	Não aplicável	Aplicável	Aplicável	Aplicável	
(b)	Princípio da Rivalidade	Não aplicável	Aplicável	Não aplicável	Aplicável	
(c)	Custos de produção	Custo fixo	100%	Alto	Alto	Alto
		Custo variável	0%	Baixo	Baixo	Baixo
(d)	Reprodutibilidade	Infinita	Alta	Infinita	Única	
(e)	Diferenciação	Alta	Alta	Alta	Alta	



Quadro 4. Exemplos da 1a. etapa de classificação

Intérprete	Gênero de acordo com lojas de departamento			Gênero
	Loja 1	Loja 2	Loja 3	
Zezé Di Camargo e Luciano	Sertanejo/Country	Sertanejo/Country	-	Sertanejo/Country
Vanessa da Mata	Pop Nacional	Música Brasileira e MPB	MPB	MPB
Tche Barbaridade	Ritmo Brasil	Música Gaúcha	Regional	A ser definido na 2a Etapa

trimestrais (nos meses de janeiro, abril, julho e outubro de cada ano) e por região⁸. O período considerado foi de julho de 2005 a janeiro de 2012, que se constitui em toda a série disponibilizada pelo ECAD até o momento⁹. Cada lista apresenta as 50 músicas mais tocadas em determinada região e período. Com isso, foi possível montar um banco de dados com quase 6,5 mil observações. Em três casos, contudo, o *ranking* continha quantidade menor de músicas, conforme apontado no Quadro 3 abaixo:

Quadro 3. *Rankings* com menor quantidade de músicas

Região	Período	Músicas Listadas
Sul	jan/10	49
Nordeste	jan/10	48
Nordeste	jul/10	49

4.2.2 Classificação

De posse do banco de dados, foi dado início ao processo de classificação de cada observação em gêneros musicais. Primeiramente, a fim de facilitar, foram considerados os intérpretes ao invés das músicas. Como um mesmo artista interpreta diferentes músicas, ao fazer a classificação com base nele, é possível definir o gênero de várias músicas ao mesmo tempo.

Assim, por exemplo, duas músicas de Adriana Calcanhoto apareceram na base de dados. Ao invés de se tentar classificar as músicas, verificou-se o gênero principal de atuação da cantora. Dessa forma, sendo Adriana Calcanhoto uma artista da MPB, considerou-se que as duas músicas dela pertencem a este gênero.

É importante ressaltar que tal procedimento tem suas limitações, na medida em que um mesmo intérprete pode cantar músicas de diferentes gêneros. No entanto, seria inviável proceder com a classificação pelas músicas por conta da demanda de tempo adicional que geraria e, ainda

⁸ O ECAD disponibiliza ainda outros *rankings*, como o de artistas com maior rendimento e de músicas mais tocadas em momentos específicos, como carnaval e festa junina. O site do ECAD é <http://www.ecad.org.br>.

⁹ Destaca-se que não há informações no site do ECAD para janeiro de 2006.

que o fizesse, não traria grandes benefícios, uma vez que, em geral, os intérpretes não costumam variar muito o gênero de atuação. Em outras palavras, isso significa dizer que os resultados encontrados na adoção de um ou outro procedimento metodológico seriam próximos.

O processo de classificação foi dividido em três etapas:

1ª etapa: Classificação dos intérpretes de acordo com as grandes lojas de departamento

A fim de eliminar o máximo a subjetividade na classificação dos gêneros, optou-se por consultar *sites* de lojas de departamento bem conhecidas e verificar como eles enquadravam o intérprete. Procedeu-se da seguinte maneira: consultou-se, primeiramente, duas lojas e foi registrado o gênero que elas atribuíram ao artista. Se as duas atribuíram o mesmo gênero, então todas as músicas desse artista foram classificadas no gênero em questão.

No caso das duas lojas terem atribuído gêneros distintos, consultou-se uma terceira loja. Novamente, surgiram duas possibilidades. Se a terceira loja atribuiu um gênero que já o havia sido por uma das duas outras lojas, todas as músicas desse artista foram classificadas no referido gênero. Se, contudo, as três lojas apresentaram gêneros diferentes, a classificação das músicas desse intérprete foi deixada para a segunda etapa. O Quadro 4 acima apresenta exemplos do procedimento adotado:

Deve-se ressaltar que nessa etapa foi possível classificar mais de 90% de todas as observações.

2ª etapa: Classificação dos intérpretes restantes

No caso dos intérpretes não classificados na 1ª etapa, foram realizadas consultas na *Internet*, dando preferência aos *sites* dos próprios intérpretes, em primeiro lugar, e da Wikipedia¹⁰, em segundo lugar, buscando informações que poderiam remeter ao gênero do artista. Quando não existiam os *sites* (seja do próprio artista ou de referência na Wikipedia) ou quando os mesmos não permitiam identificar o gênero do intérprete, foram consultados demais *sites*.

¹⁰ <http://pt.wikipedia.org/>



Neste último caso, as fontes são menos confiáveis, de sorte que se aumentam as chances de uma classificação equivocada para esses intérpretes. No entanto, pode-se considerar que essa limitação não traz prejuízo para a análise, uma vez que se restringe a uma minoria dos casos. Além disso, esses casos são justamente aqueles que tendem a ser os menos relevantes, já que se o artista consegue boa difusão no rádio de suas músicas, é mais provável que seus trabalhos possam ser encontrados em lojas de departamento e, portanto, já teriam sido classificados na 1ª. etapa.

De todas as observações, não foi possível classificar 5 intérpretes. Isso aconteceu, pois as poucas informações encontradas na *Internet* eram de muita pouca fidedignidade ao ponto de, algumas vezes, serem contraditórias entre si.

3ª etapa: Reclassificação de gêneros

Concluída a classificação dos intérpretes, percebeu-se uma grande variedade de gêneros. A fim de facilitar a análise, foi feita uma reclassificação que, na verdade, constituiu-se no agrupamento de alguns gêneros. O Quadro 5 abaixo apresenta os sete grupos formados¹¹:

Quadro 5. Definição de gênero

Grupo	Gênero	Sub-gênero
A	Regional	Axé, Tche, Brega, Forró, Calypso, Carimbó
B	Pop/Rock	Pop, Rock, Pop/Rock, Rock alternativo, Grunge
C	MPB	MPB, Samba, Pagode e Infantil
D	RRFS	Rap, Reggae, Soul, Funk
E	Sertanejo	Sertanejo
F	Gospel	Gospel, Religioso
G	Internacional	Todas as músicas não-nacionais

Música Nacional

5. RESULTADOS

Explicados os procedimentos metodológicos, apresentamos agora os resultados encontrados para cada uma das cinco Regiões Geográficas do Brasil. Os gráficos apontam a evolução da participação percentual de cada um dos gêneros no *ranking* das 50 músicas mais tocadas no rádio, por região.

5.1 Região norte

Conforme pode ser observado no Gráfico 1, o gênero Regional teve uma participação bastante variada no período analisado, com um declínio acentuado a partir do segundo semestre de 2010. A participação do gênero Pop/Rock, por sua vez, ficou entre 10 e 30% na maior parte do

período (Gráfico 2), tratando-se, portanto, de um resultado significativo.

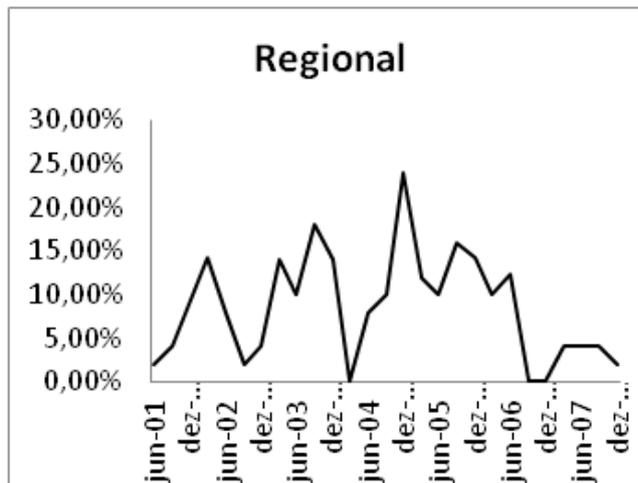


Gráfico 1. Evolução do gênero Regional na Região Norte

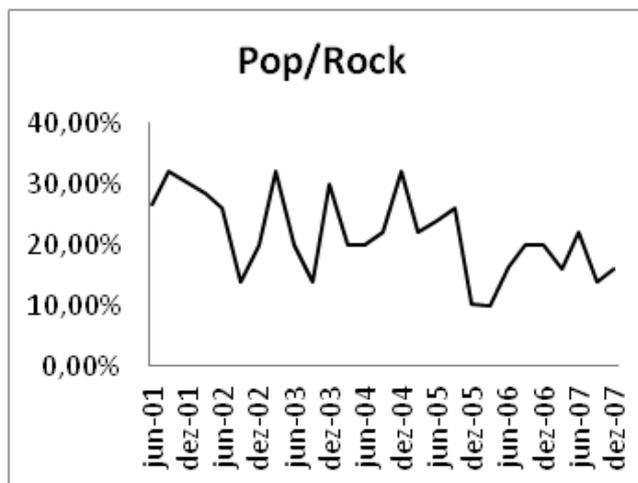


Gráfico 2. Evolução do gênero Pop/Rock na Região Norte

Com relação ao gênero MPB, este teve participação bastante variada ao longo do período analisado, mas que em média ficou entre 10 e 20% (Gráfico 3). Apesar de ser um resultado com significância, não é possível concluir muito sobre a real importância do gênero, dada a grande flutuação do mesmo, que não permite uma boa percepção de tendências. Já o gênero RRFS (Rap/Reggae/Funk/Soul) apresentou baixa participação na maior parte do período analisado, indicando sua baixa aceitação por parte dos nortistas (Gráfico 4).

¹¹ O que era chamado de gênero até este momento passa a ser denominado sub-gênero. Ao agrupamento dos sub-gêneros é que será denominado gênero.

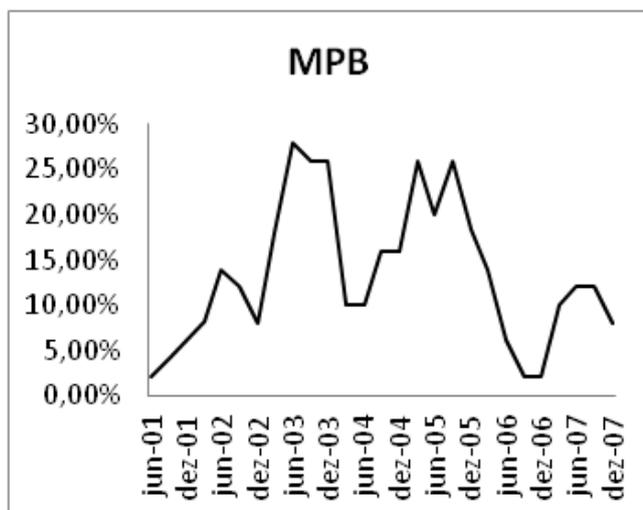


Gráfico 3. Evolução do gênero MPB na Região Norte

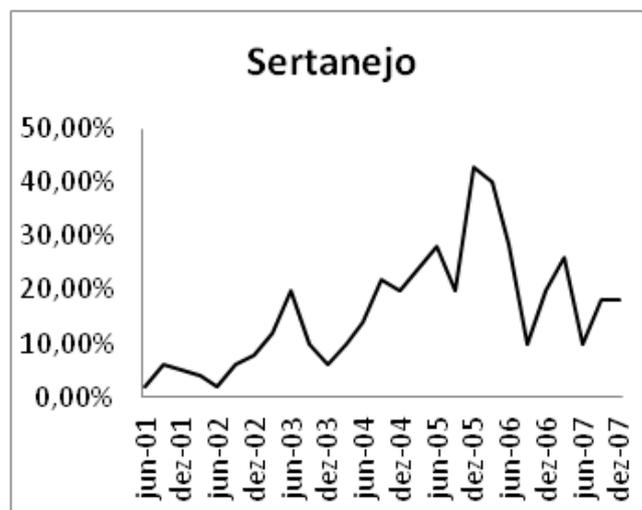


Gráfico 5. Evolução do gênero Sertanejo na Região Norte

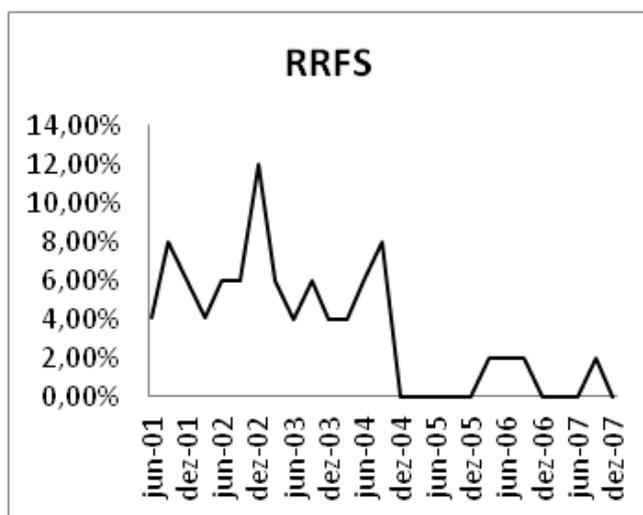


Gráfico 4. Evolução do gênero RRFS na Região Norte

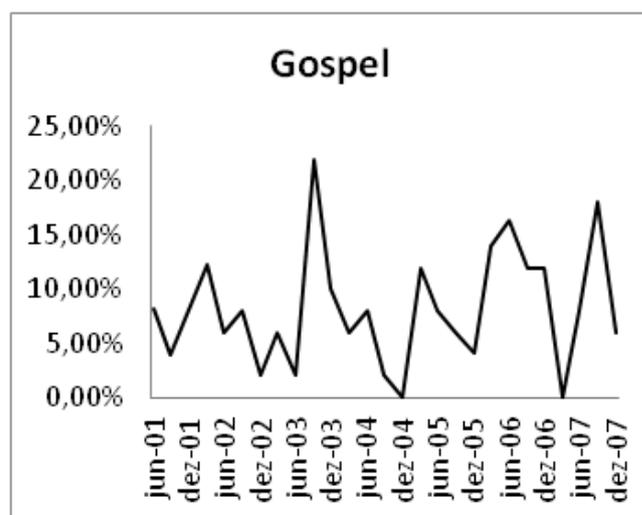


Gráfico 6. Evolução do gênero Gospel na Região Norte

De acordo com o Gráfico 5, o gênero Sertanejo cresceu de maneira expressiva na sua participação, chegando a ultrapassar a casa dos 40% no início do ano de 2010. Apesar disso, não se pode dizer que o gênero é predominante na região Norte, dada a queda observada logo após o alcance do pico.

O gênero Gospel mostra uma leve tendência de aumento de participação, tendo alcançado, no início de 2008, mais de 20% no *ranking* das 50 músicas mais tocadas no rádio (Gráfico 6). Obteve, em média, um resultado superior ao encontrado para o RRFS.

O Gráfico 7 mostra grande flutuação da participação do gênero Internacional no *ranking* das 50 músicas mais tocadas no rádio. Inicialmente beirando os 60%, que lhe conferia uma condição hegemônica, sua participação ficou em torno de 15% no início de 2010. Recuperou-se a partir do segundo semestre do referido ano, alcançando 50% no final da série. No entanto, se considerarmos todo o período, percebemos que na maior parte do tempo a música internacional teve grande penetração nas rádios nortistas.

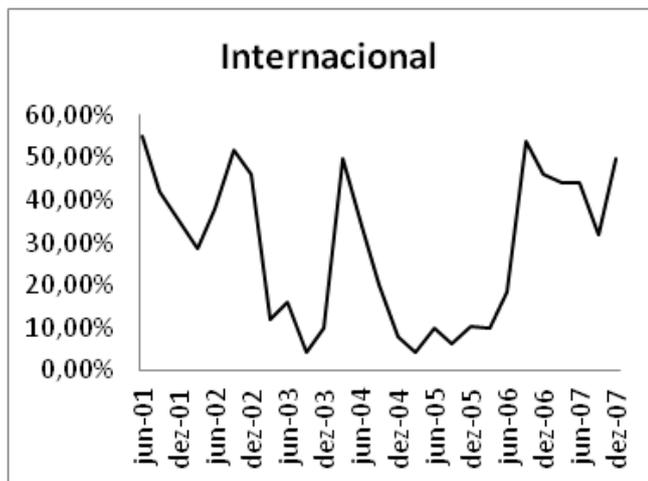


Gráfico 7. Evolução do gênero Internacional na Região Norte

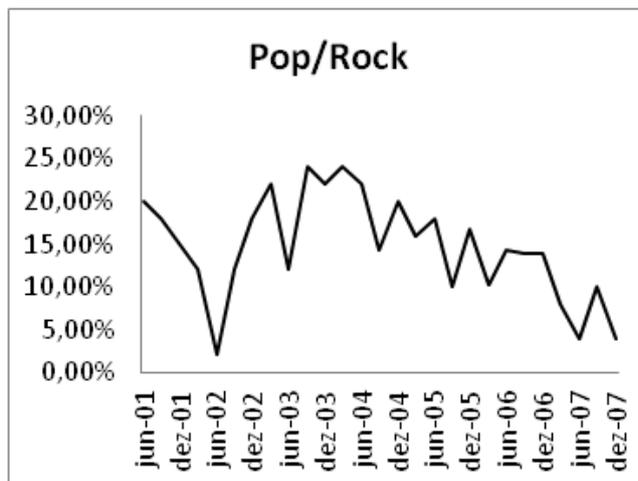


Gráfico 9. Evolução do gênero Pop/Rock na Região Nordeste

5.2 Região nordeste

O Gráfico 8 mostra que o gênero Regional no Nordeste tem uma participação expressiva, na maior parte do tempo, entre 15 e 30%. No entanto, pode-se perceber que há uma tendência de queda a partir de meados de 2006. No que diz respeito ao gênero Pop/Rock, apesar de uma abrupta queda em meados de 2006, houve reversão nesse quadro, tendo à participação chegado próxima a 25% no início de 2008. A partir daí, é possível observar uma forte tendência de queda, ficando a participação em patamar próximo de 5% ao final da série. Todavia, na maior parte do período, a participação do gênero se manteve entre 10 e 20%, o que é significativo (Gráfico 9).

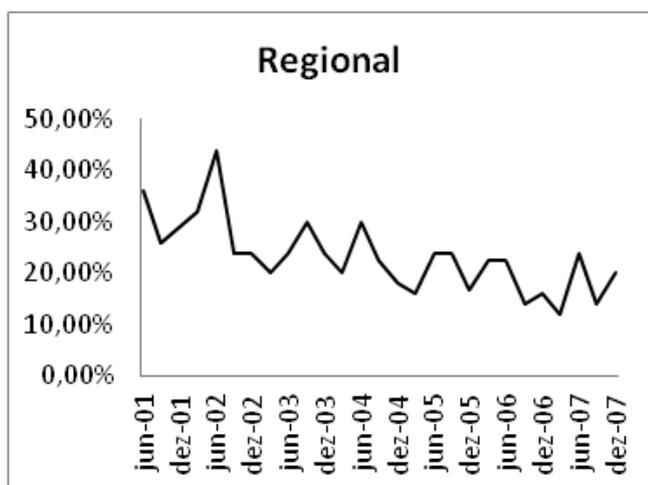


Gráfico 8. Evolução do gênero Regional na Região Nordeste

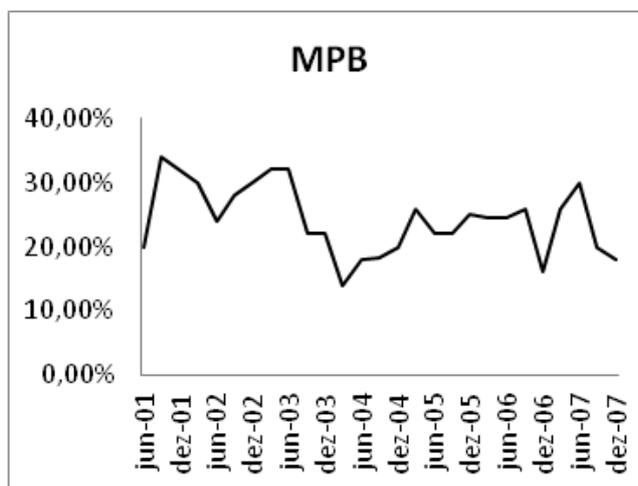


Gráfico 10. Evolução do gênero MPB na Região Nordeste

Diferentemente dos outros gêneros, a participação da MPB no *ranking* das 50 músicas mais tocadas no rádio se manteve relativamente constante, conforme mostrado no Gráfico 10. Na maior parte do período considerado, ficou entre 20 e 30%, o que é significativo. Com relação ao gênero RRFs, tal qual ocorreu na Região Norte, ele mostrou pouca expressividade. É possível observar no Gráfico 11 que a participação máxima do gênero ficou em torno de 6%.

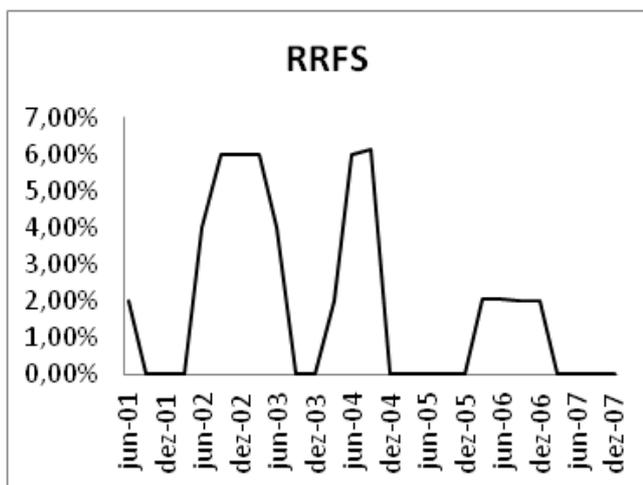


Gráfico 11. Evolução do gênero RRFs na Região Nordeste

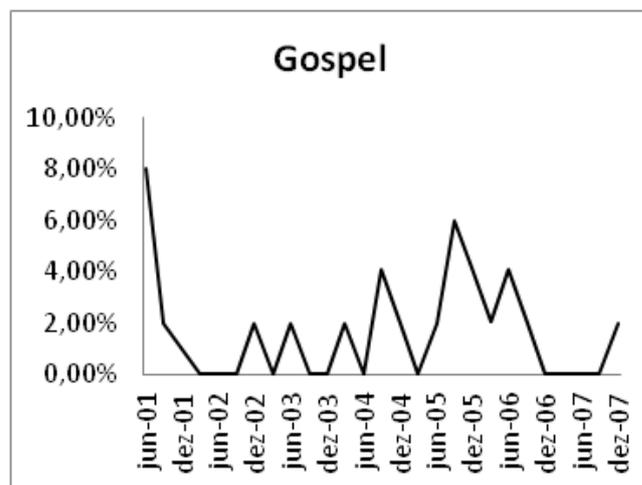


Gráfico 13. Evolução do gênero Gospel na Região Nordeste

O gênero sertanejo apresentou uma tendência de aumento. Enquanto em meados de 2005 sua participação nem alcançava os 10%, ao final da série chegou próximo a 40% (Gráfico 12). Trata-se, portanto, de um gênero significativo e que está em uma tendência de crescimento de sua importância. O mesmo não pode ser dito do gênero Gospel que não obteve, em todo o período considerado, uma participação expressiva, sendo 8% o máximo atingido, conforme destacado no Gráfico 13.

Por fim, o gênero Internacional apresentou uma grande variação ao longo do período analisado, iniciando com pouco mais de 5% em meados de 2005, atingindo o pico de quase 25% em meados de 2009 e caindo para a faixa entre 5 e 10% em meados de 2010, para logo após iniciar nova trajetória ascendente. Como na maior parte do período, a participação ficou entre 10 e 20% (ver Gráfico 14), podemos considerar que o gênero tenha alguma expressividade para os nordestinos.

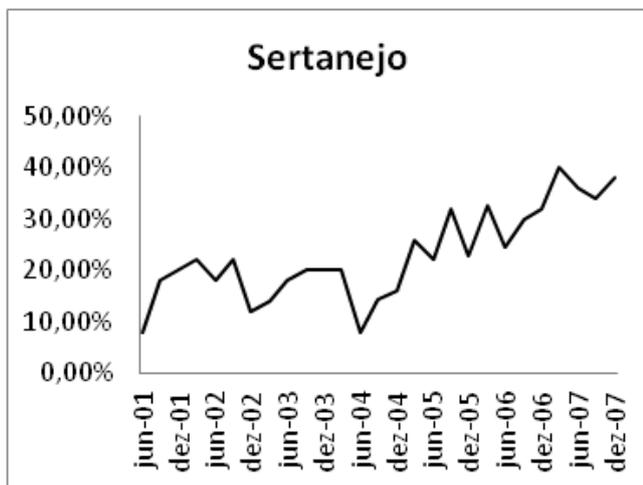


Gráfico 12. Evolução do gênero Sertanejo na Região Nordeste

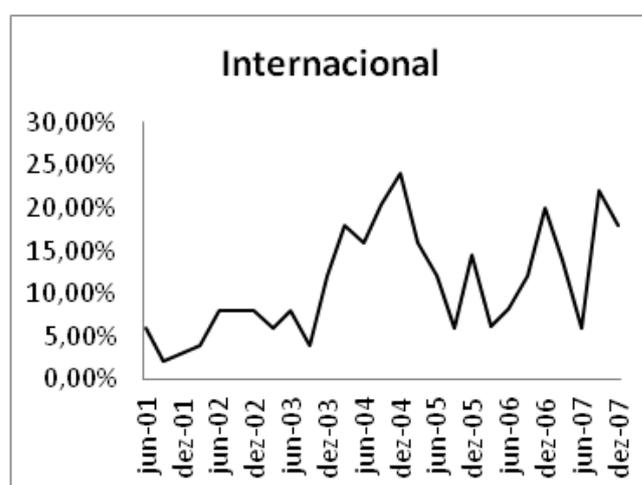


Gráfico 14. Evolução do gênero Internacional na Região Nordeste



5.3 Região centro-oeste

Conforme pode ser observado no Gráfico 15, a participação da música regional no Centro-Oeste ficou entre 5 e 10% na maior parte do período, não sendo, portanto, significativa. No que diz respeito ao gênero Pop/Rock, o Gráfico 16 aponta uma forte tendência de queda de sua participação. Inicialmente próxima de 25%, ao final do período não havia sequer uma música do gênero no *ranking* das 50 músicas mais tocadas. Apesar disso, como a faixa média foi entre 10 e 20%, considera-se que o gênero teve participação significativa no período.

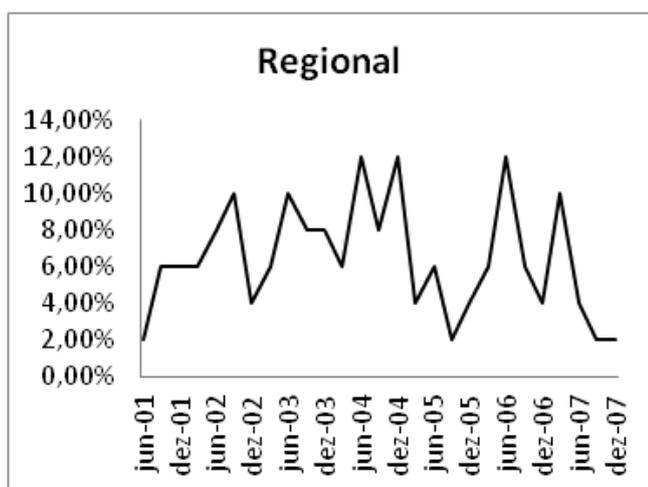


Gráfico 15. Evolução do gênero Regional na Região Centro-Oeste

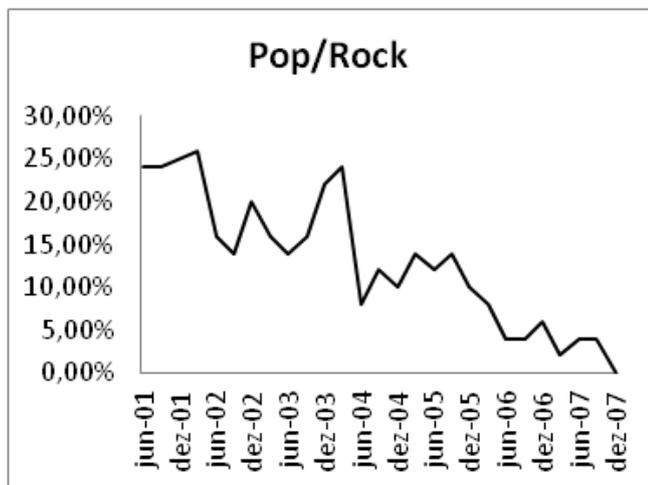


Gráfico 16. Evolução do gênero Pop/Rock na Região Centro-Oeste

Assim como no caso do Pop/Rock, a MPB também apresentou uma tendência de queda, embora menos acentuada (Gráfico 17). Contudo, da mesma forma entende-se que sua participação foi significativa, já que na maior parte do período ela ficou entre 10 e 20%. O gênero RRFs,

por sua vez, não teve participação expressiva nas rádios do Centro-Oeste. O ápice do gênero foi de apenas 6% no início de 2007 (Gráfico 18).

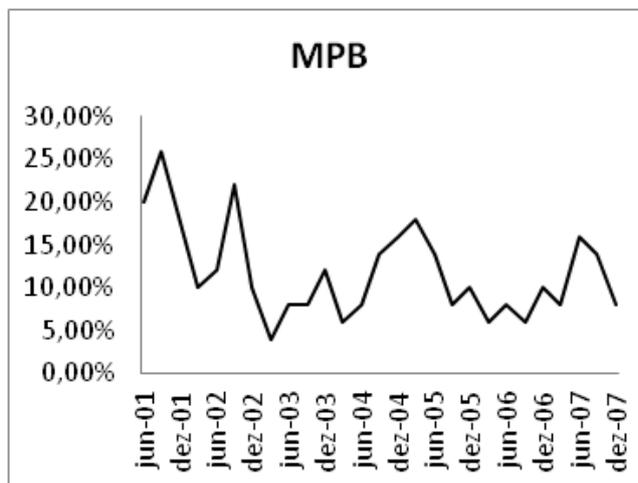


Gráfico 17. Evolução do gênero MPB na Região Centro-Oeste

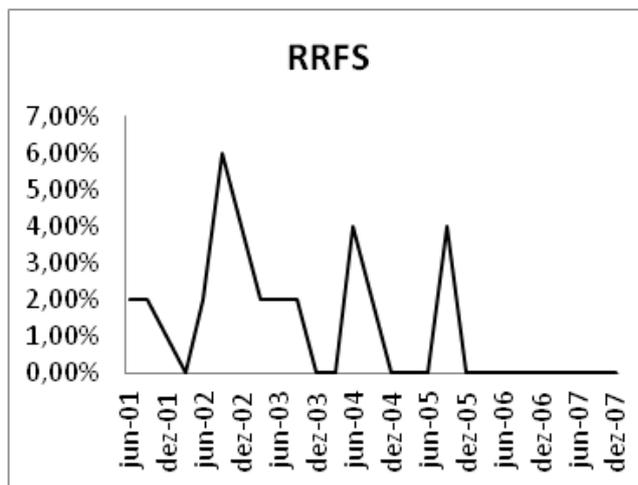


Gráfico 18. Evolução do gênero RRFs na Região Centro-Oeste

Conforme pode ser observado no Gráfico 19, a música sertaneja apresentou um grande crescimento em sua participação no ranking das 50 músicas mais tocadas. Partindo de já consideráveis 20% em meados de 2005, a música sertaneja obteve seu ápice no final do período analisado, numa participação próxima a 80%. Pode-se afirmar, assim, com base nos dados levantados, que desde 2007 a música sertaneja é hegemônica na Região Centro-Oeste.

O gênero Gospel, por sua vez, embora no início do período analisado tenha apresentado uma participação um pouco significativa (com mais de 10%), em todo o restante ela se manteve abaixo dos 5% (Gráfico 20). Dessa forma, não se pode considerar que o gênero teve um desempenho expressivo nas rádios.

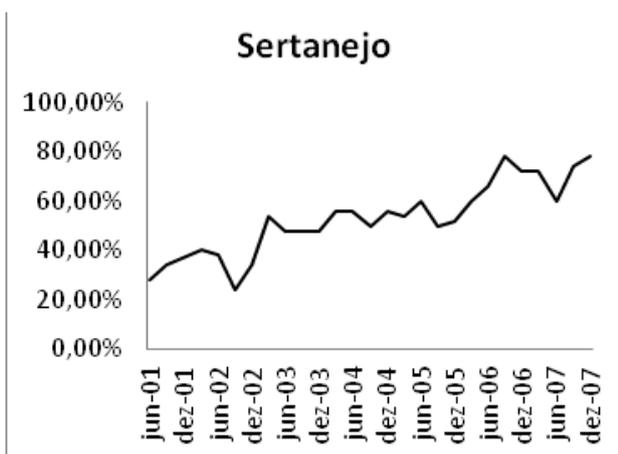


Gráfico 19. Evolução do gênero Sertanejo na Região Centro-Oeste

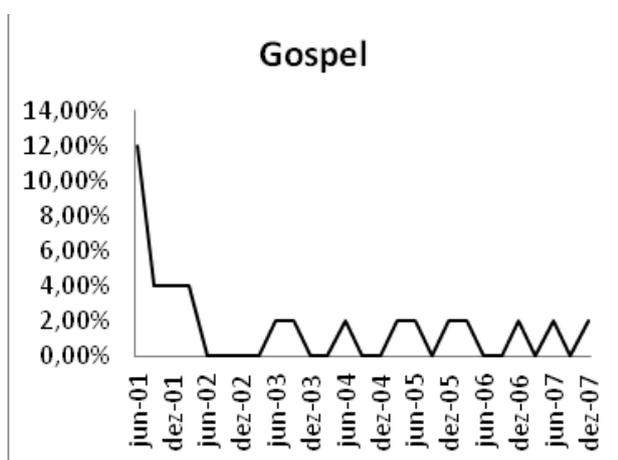


Gráfico 20. Evolução do gênero Gospel na Região Centro-Oeste

A música Internacional sofreu grande variação em sua participação nas rádios, conforme mostrado no Gráfico 21. Variou de algo em torno de 5% para quase 30%, tendo como média no período a faixa entre 10 e 20%. Dessa forma, consideramos que a participação do gênero foi significativa, ainda que não muito expressiva.

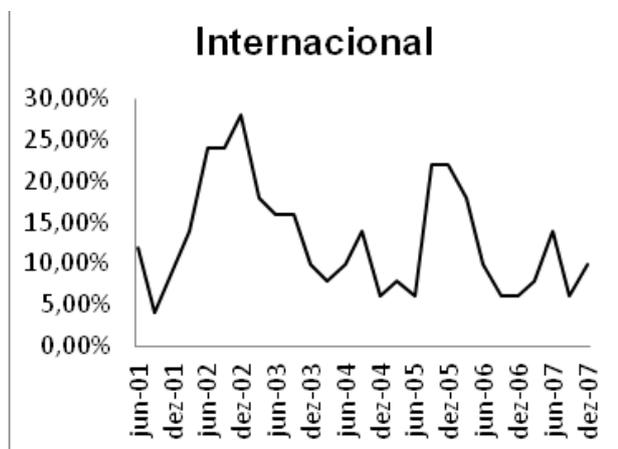


Gráfico 21. Evolução do gênero Internacional na Região Centro-Oeste

5.4 Região sul

A música regional não teve participação expressiva nas rádios sulistas, como mostrado no Gráfico 22. Embora em meados de 2006 tenha ultrapassado 10%, na maior parte do período a participação do gênero regional ficou entre 5 e 10%, seguindo uma trajetória descendente a partir de 2008. Com relação ao gênero Pop/Rock, o Gráfico 23 mostra que teve participação significativa nas rádios, variando entre 10 e 30%. Apesar disso, é clara a tendência de queda que o gênero sofreu no período analisado.

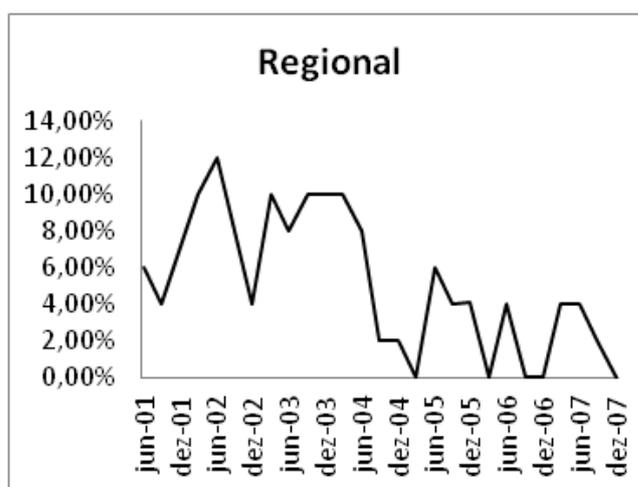


Gráfico 22. Evolução do gênero Regional na Região Sul

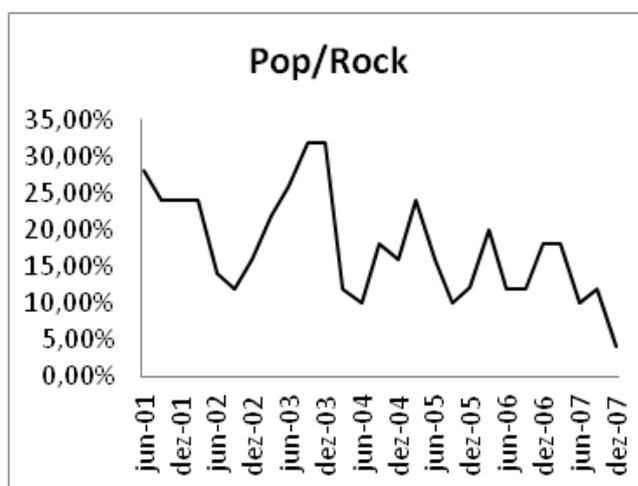


Gráfico 23. Evolução do gênero Pop/Rock na Região Sul

A participação do gênero MPB sofreu queda ao longo do período pesquisado (Gráfico 24). Partindo de iniciais quase 15%, ao final do período ficou pouco mais do que 5%. Apesar disso, na maior parte do período a participação ficou entre 10 e 20%, o que nos permite dizer que ela foi significativa, ainda que não muito expressiva. No que diz



respeito ao gênero RRFs, o Gráfico 25 aponta para uma baixa participação no *ranking* das músicas mais tocadas no rádio da Região Sul. Ao longo de todo o período de análise, a maior participação atingida foi de apenas 6%.

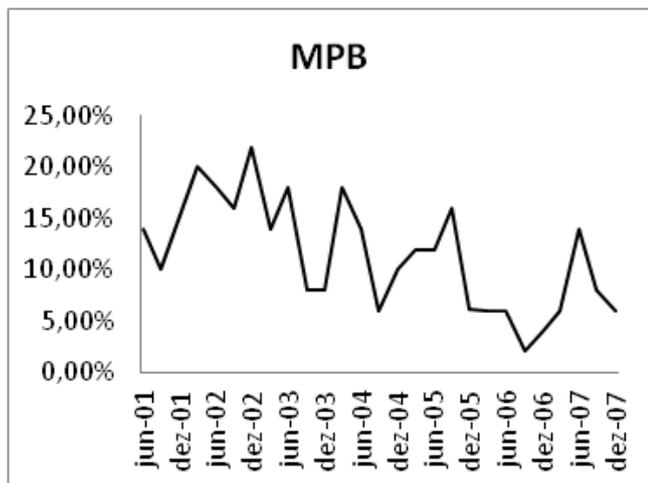


Gráfico 24. Evolução do gênero MPB na Região Sul

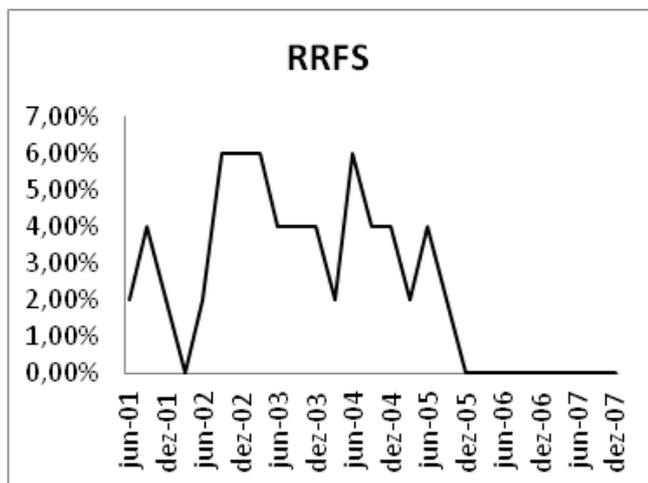


Gráfico 25. Evolução do gênero RRFs na Região Sul

O gênero Sertanejo, de acordo com o Gráfico 26, apresentou uma tendência de queda logo no início do período pesquisado. No entanto, ela foi revertida em 2008, dando partida a uma tendência de subida que ultrapassou 50% no ano de 2010 e 70% ao final da série. Os dados nos permitem dizer que a participação da música sertaneja nas rádios sulistas é significativa e expressiva, mas não permitem afirmar que ela é predominante ou hegemônica, dado que sua tendência de subida ainda é relativamente recente. Em sentido oposto, o gênero Gospel apresentou baixa participação em todo o período de análise, não apresentando, inclusive, nenhuma música no *ranking* das 50 músicas mais tocadas por três anos – 2007, 2008 e 2011 (Gráfico 27).

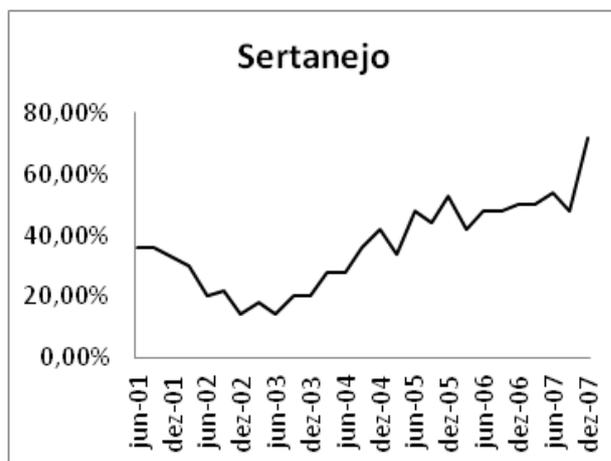


Gráfico 26. Evolução do gênero Sertanejo na Região Sul

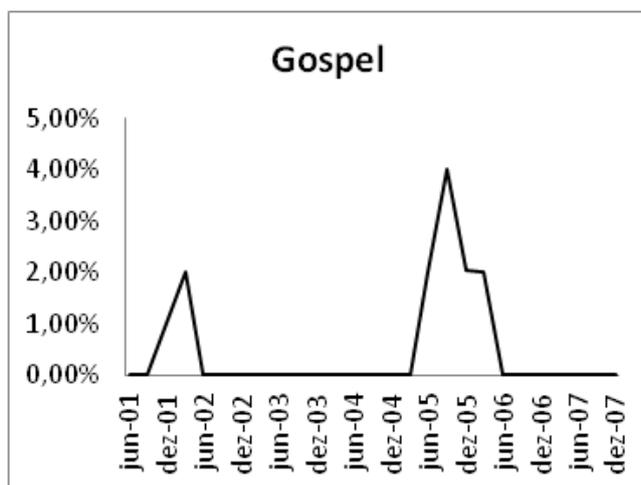


Gráfico 27. Evolução do gênero Gospel na Região Sul

O gênero Internacional, por fim, embora tenha sofrido bastante variação em sua participação, conseguiu espaço significativo nas rádios sulistas. O Gráfico 28 nos mostra que, em média, a participação ficou entre 20 e 30%.

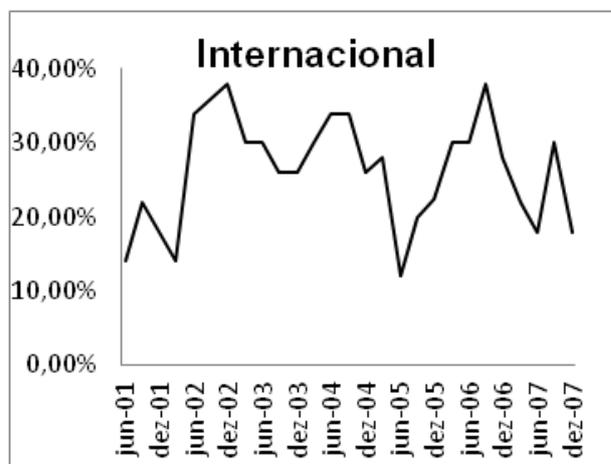


Gráfico 28. Evolução do gênero Internacional na Região Sul



5.5 Região sudeste

O Gráfico 29 aponta para a baixa participação do gênero Regional nas músicas tocadas nas rádios do Sudeste. Na maior parte do período analisado, a participação ficou abaixo de 5%. Por outro lado, o gênero Pop/Rock mostrou ter participação significativa (Gráfico 30). Embora se perceba uma trajetória de queda, a participação do gênero em questão se manteve entre 10 e 20% na maior parte do período pesquisado.

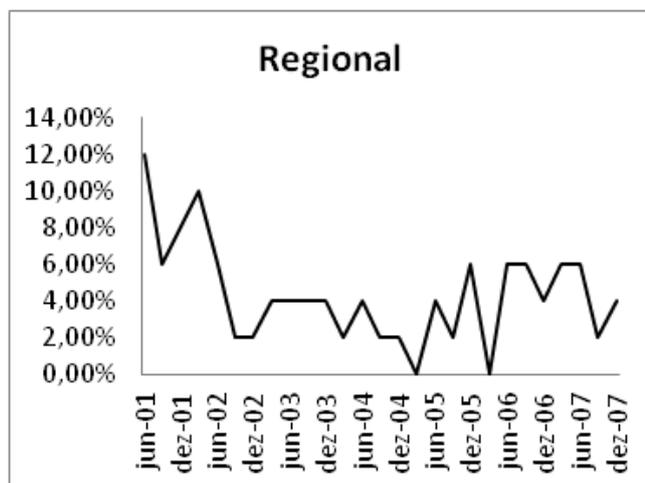


Gráfico 29. Evolução do gênero Regional na Região Sudeste

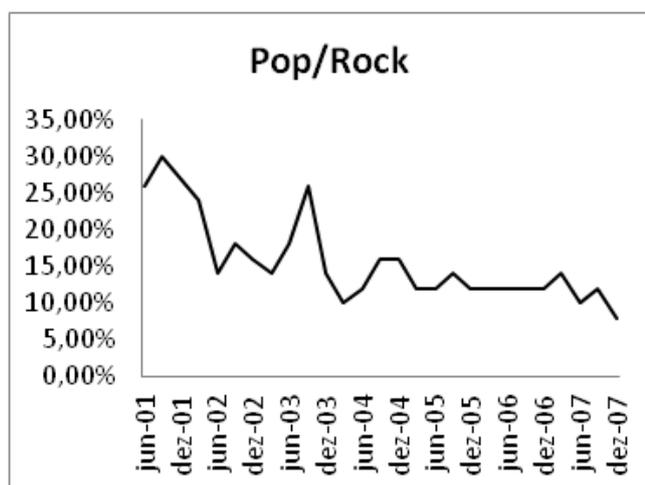


Gráfico 30. Evolução do gênero Pop/Rock na Região Sudeste

Comparativamente aos outros gêneros, a participação da MPB não sofreu grande variação ao longo do período de análise (Gráfico 31). Na maior parte dele, ficou na faixa de 10 a 20%, o que pode ser considerado um resultado significativo, embora não muito expressivo. O mesmo não

pode se falar do gênero RRFS, que tal qual ocorreu nas demais regiões apresentou baixa participação. Embora tenha atingido 10% em 2007, na maior parte do período analisado, manteve-se abaixo dos 5% (ver Gráfico 32).

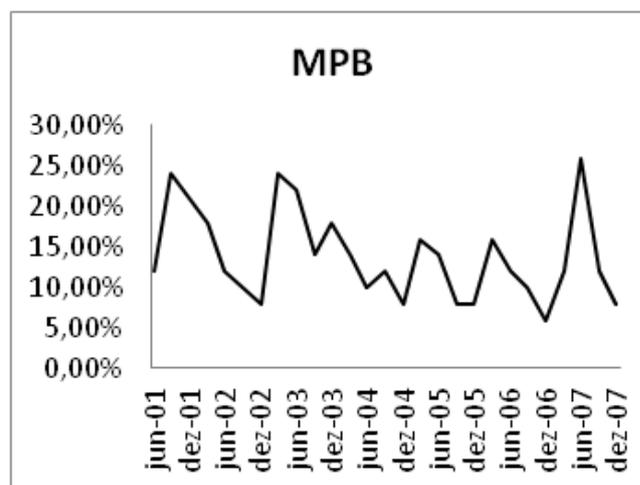


Gráfico 31. Evolução do gênero MPB na Região Sudeste

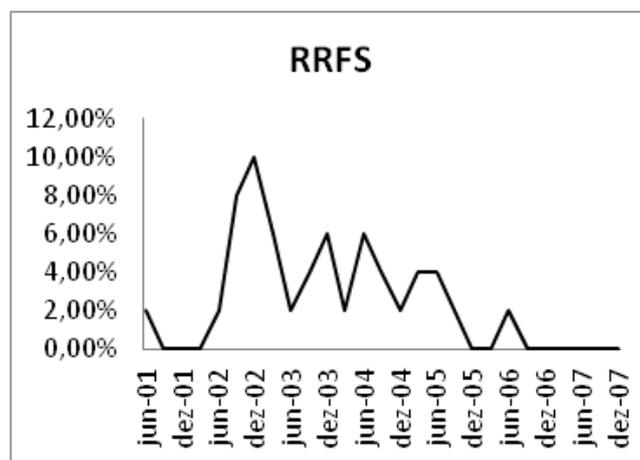


Gráfico 32. Evolução do gênero RRFS na Região Sudeste

A participação do gênero Sertanejo nas músicas tocadas nas rádios do Sudeste apresentou uma queda abrupta em meados do ano 2006, mas se recuperou ao longo dos anos seguintes, de sorte que, ao final do período analisado, ela chegou próxima aos 40%. Conforme nos indica o Gráfico 33, o gênero manteve, em praticamente todo o período, a sua participação na faixa de 10 a 30%, o que pode ser considerado significativo.

Tal qual ocorreu em todas as outras regiões, o gênero Gospel não teve participação significativa nas músicas mais tocadas nas rádios do Sudeste. A participação máxima atingida foi de apenas 4% (Gráfico 34).

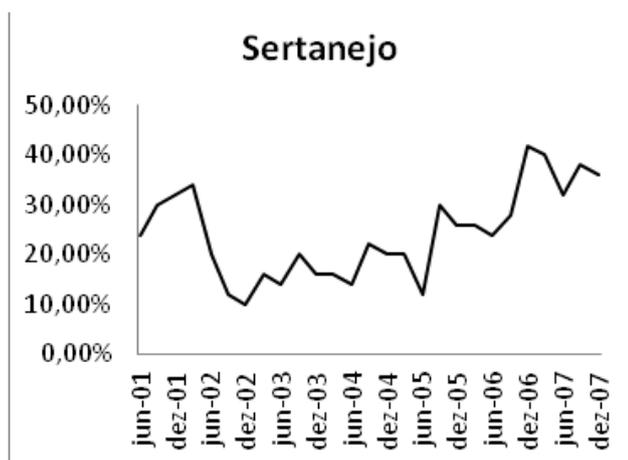


Gráfico 33. Evolução do gênero Sertanejo na Região Sudeste

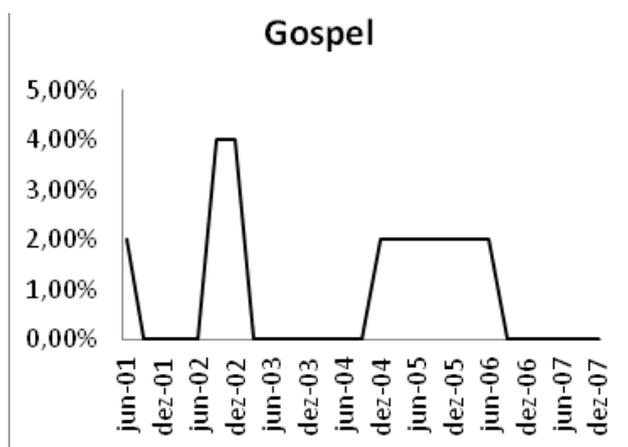


Gráfico 34. Evolução do gênero Gospel na Região Sudeste

Por fim, no que diz respeito à música internacional, o Gráfico 35 indica um grande crescimento de sua participação nas rádios no ano de 2006, chegando a 45% no início de 2007. Nos anos seguintes, ela se manteve relativamente constante no patamar atingido. Trata-se, portanto, de um gênero de expressão nas rádios do Sudeste.



Gráfico 35. Evolução do gênero Internacional na Região Sudeste

5.6 Síntese dos resultados

Nos gráficos acima foi possível observar a evolução da participação percentual de cada um dos sete gêneros no *ranking* das 50 músicas mais tocadas nas rádios de cada uma das cinco Regiões Geográficas brasileiras. Com base nos dados apresentados, quais seriam então os gêneros mais influentes de cada Região?

A fim de responder essa questão, os gêneros foram classificados em quatro categorias, de acordo com a sua participação percentual, quais sejam:

- 1) Significativo e predominante (SP): Quando a média da participação do gênero no período analisado é maior que 50%, ou seja, quando é superior à soma da participação de todos os outros gêneros;
- 2) Significativo e expressivo (SE): Quando a média da participação do gênero no período analisado está entre 25% e 50%;
- 3) Significativo (S): Quando a média da participação do gênero no período analisado está entre 10% e 25%;
- 4) Não significativo (NS): Quando a média da participação do gênero no período analisado é menor que 10%.

O resultado encontra-se no Quadro 6 a seguir. Cumpre destacar que, embora não seja possível definir com precisão qual(is) seria(m) o(s) gênero(s) mais demandado(s) no Brasil¹², é possível inferir, de acordo com o quadro, que as músicas sertanejas e internacionais têm sido as mais ouvidas pelos brasileiros. Outro importante achado é que em todas as regiões a música nacional possui participação superior à internacional.

¹² Não se pode definir com precisão porque os dados do ECAD são por região e, como se constituem em listagens das músicas mais tocadas, não é possível somá-las, já que o número de habitantes – e de rádios – é diferente para cada região. Assim, mesmo que uma música tenha sido a mais tocada em um determinado período nas rádios das regiões Norte, Nordeste e Centro-Oeste, por exemplo, não seria possível afirmar que essa música seria a mais tocada no Brasil, dado que o Sudeste possui maior número de habitantes e, possivelmente, maior número de rádios.



Quadro 6. Classificação dos gêneros, segundo a participação no *ranking* das músicas mais tocadas nas rádios

Região	Gênero			
	SP	SE	S	NS
Norte	-	Internacional	Pop/Rock, MPB e Sertanejo	Regional, RRFS e Gospel
Nordeste	-	-	Regional, Pop/Rock, MPB, Sertanejo e Internacional	RRFS e Gospel
Centro-Oeste	Sertanejo	-	Pop/Rock, MPB e Internacional	Regional, RRFS e Gospel
Sul	-	Sertanejo e Internacional	Pop/Rock e MPB	Regional, RRFS e Gospel
Sudeste	-	Internacional	Pop/Rock, MPB e Sertanejo	Regional, RRFS e Gospel

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo deste artigo era de analisar o mercado de música sob a perspectiva da demanda. Para tanto, foi realizado levantamento dos gostos musicais no Brasil, por Grandes Regiões, tendo por base o *ranking* das músicas mais tocadas nas rádios, disponibilizado pelo ECAD.

Os resultados encontrados para a Região Norte apontaram para uma grande volatilidade nas participações percentuais dos gêneros, não permitindo verificar muitas tendências. Para a Região Nordeste, destaque deve ser dado ao equilíbrio na participação dos gêneros, maior dentre todas as regiões; apesar disso, pode ser observada uma tendência descendente dos gêneros Regional e Pop/Rock, compensada pela trajetória ascendente do gênero Sertanejo. Na Região Centro-Oeste o principal achado foi a hegemonia do Gênero Sertanejo. Para a Região Sul, o forte crescimento da participação do gênero Sertanejo em detrimento da Regional, Pop/Rock e MPB foi o aspecto mais relevante encontrado. Por fim, na Região Sudeste, a partir dos dados levantados é possível inferir que o espaço que o gênero Internacional conquistou nos últimos anos se deu em detrimento, principalmente, do Pop/Rock, que apresentou a maior trajetória de queda de todos os gêneros. Constitui-se na região onde há a disputa mais acirrada entre a música nacional e a internacional.

Apesar das especificidades regionais, foi possível chegar a duas conclusões de abrangência nacional. A primeira delas é que os gêneros Sertanejo e Internacional são os mais ouvidos. A segunda é que em todas as regiões a música nacional possui participação superior à internacional.

A contribuição deste trabalho foi de lançar luz ao mercado de música, promovendo um foco de discussão diferente daqueles que usualmente são desenvolvidos na literatura. Longe de pretender encerrar qualquer discussão, contudo, este artigo procura justamente o oposto: fomentar o debate na academia. Nesse sentido é que se alerta, a seguir, acerca de algumas limitações e lacunas da pesquisa produzida, de forma a apontar oportunidades de futuros trabalhos no tema em questão.

Em primeiro lugar, tomou-se como premissa que as músicas mais ouvidas pela população são aquelas mais tocadas nas rádios. Embora o autor entenda que de fato este seja um importante indicador, ele pode ser impreciso ao não considerar as músicas que são ouvidas em datas e festividades específicas, como Festa Junina, ou aquelas que, por suas letras, são impedidas de serem executadas em determinados ambientes, como alguns funks cariocas. Destaca-se, contudo, que os dados do ECAD foram as únicas informações públicas e de abrangência nacional que o autor encontrou para fazer o mapeamento dos gostos musicais.

Em segundo lugar, o método de classificação das músicas nos sub-gêneros e o agrupamento em gêneros pode ser questionado, uma vez que diferentes pesquisadores podem ter opiniões divergentes acerca do gênero de uma música ou de um intérprete. Para minimizar o viés pessoal, o autor optou por adotar as classificações realizadas por grandes lojas. Mesmo havendo algumas discrepâncias entre elas, não consideramos que sejam significativas o bastante para alterar os resultados encontrados.



Em terceiro lugar, enfatizou-se algumas vezes durante o artigo a diferença entre indústria fonográfica e mercado de música. Embora tal distinção fosse de fato relevante para os propósitos deste trabalho, não há como negar que eles guardam muita relação entre si. Um estudo que se dedicasse à compreensão dessa relação certamente teria muito a contribuir.

É imprescindível ressaltar, por fim, que este trabalho não busca reduzir a atividade musical apenas ao plano econômico. Existem muitas outras dimensões nas quais ela está inserida, influenciando e sendo influenciada num processo constante de transformação. Buscou-se, aqui, afinar apenas uma das notas que compõe a grande harmonia da Música.

Há, contudo, muitas outras notas que ainda devem ser afinadas.

7. REFERÊNCIAS

- ADLER, M. Stardom and Talent. In: GINSBURGH, V.A. & THROSBY, D, (eds). **Handbook on the Economics of Arts and Culture**. Amsterdam: North-Holland, 2006.
- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PRODUTORES DE DISCOS. **Mercado Brasileiro de Música 2002**. Rio de Janeiro, 2003. Disponível em <http://www.abpd.org.br/downloads.asp>. Acesso em 23 de maio de 2012.
- _____. **Mercado Brasileiro de Música 2003**. Rio de Janeiro, 2004. Disponível em <http://www.abpd.org.br/downloads.asp>. Acesso em 23 de maio de 2012.
- _____. **Mercado Brasileiro de Música 2004**. Rio de Janeiro, 2005. Disponível em <http://www.abpd.org.br/downloads.asp>. Acesso em 23 de maio de 2012.
- _____. **Mercado Brasileiro de Música 2005**. Rio de Janeiro, 2006. Disponível em <http://www.abpd.org.br/downloads.asp>. Acesso em 23 de maio de 2012.
- _____. **Mercado Brasileiro de Música 2006**. Rio de Janeiro, 2007. Disponível em <http://www.abpd.org.br/downloads.asp>. Acesso em 23 de maio de 2012.
- _____. **Mercado Brasileiro de Música 2007**. Rio de Janeiro, 2008. Disponível em <http://www.abpd.org.br/downloads.asp>. Acesso em 23 de maio de 2012.
- _____. **Mercado Brasileiro de Música 2008**. Rio de Janeiro, 2009. Disponível em <http://www.abpd.org.br/downloads.asp>. Acesso em 23 de maio de 2012.
- BANDEIRA, M. **A economia da música online**: propriedade e compartilhamento da informação na sociedade contemporânea. 2005. Disponível em <http://www.gepicc.ufba.br/enlepicc/pdf/MessiasBandeira.pdf>. Acesso em 24 de maio de 2012.
- BRASIL. **Lei no. 11.769, de 18 de agosto de 2008**.
- CAMMAERTS, B. & MENG, B. **Media Policy Brief 1** - Creative Destruction and copyright Protection. 2011. Disponível em <http://blogs.lse.ac.uk/mediapolicyproject/2011/03/21/media-policy-project-policy-brief-1-creative-destruction-and-copyright-protection/>. Acesso em 24 de maio de 2012.
- CONNOLLY, M. & KRUEGER, A.B. – **Rockonomics**: The economics of popular music. National Bureau of Economic Research. Cambridge, 2005.
- ESCRITÓRIO CENTRAL DE ARRECAÇÃO E DISTRIBUIÇÃO. **Rankings**. Disponível em <http://www.ecad.org.br>. Acesso em 22 de maio de 2012.
- FUNDAÇÃO JOÃO PINHEIRO. **Cadeia produtiva da economia da música em Belo Horizonte**. Fundação João Pinheiro. Centro de Estudos de Políticas Públicas: Belo Horizonte, 2010. Disponível em http://www.fjp.gov.br/index.php/component/docman/doc_download/396-relatorio-cadeia-produtiva-da-economia-da-musica-em-belo-horizonte. Acesso em 24 de maio de 2012.
- GIAMBIAGI, F & ALÉM, A.C. **Finanças Públicas**: Teoria e Prática no Brasil. Rio de Janeiro: Campus, 3ª edição, 2007.
- GINSBURGH, V.A. & THROSBY, D. **Handbook of the Economics of Art and Culture**. Amsterdam: North-Holland, 2006.
- INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Censo Demográfico 2010**. Rio de Janeiro: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, 2011. Disponível em http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/noticia_visualiza.php?id_noticia=2018&id_pagina=1. Acesso em 26 de maio de 2012.
- INTERNATIONAL FEDERATION OF THE PHONOGRAPIC INDUSTRY. **Digital Music Report 2012**. 2012. Disponível em <http://www.ifpi.org>. Acesso em 23 de maio de 2012.
- MEYER, P. B., Technological turbulence and superstardom: two sources of rising inequality within occupations. 2005. Disponível em <http://econterms.net/pbmeyer/research/pdf/micro.pdf>. Acesso em 25 de maio de 2012.
- Organisation for Economic Co-operation and Development. **OECD Information Technology Outlook 2008**. Disponível em <http://www.oecd.org>. Acesso em 25 de maio de 2012.
- PINTO, G.L. **Currículo, aprendizagem e música da maioria**: reflexões acerca da formação do docente em música. Rio de Janeiro: UFRJ, 2011. 85 f. Monografia – Licenciatura em Música, Escola de Música, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2011.
- PRESTES FILHO, L.C. (org.). **Cadeia produtiva da economia da música**. Rio de Janeiro: PUCRJ, 2005.



ROSEN, S. (1981) – The Economics of Superstars. **American Economic Review** v.71, n.5, pp. 845-858, 1981.

VOGEL, H. **Entertainment industry economics: a guide for financial analysis**. Cambridge University Press, 6ª edição, 2004.



TASTEFUL MUSIC

Abstract

The objective of this article is to analyze the music market from a demand perspective. Brazilian tastes in music were mapped in the five regions of the country, which demonstrate the evolution of taste over the analysis period, July 2005 to January 2012. The analysis considered diverse musical genres of Brazilian and international music.

Keywords: Music Market, Regions of Brazil, Musical Tastes, Musical Genres
