

JULIANA DE ALENCAR VIANA

ASCENSÃO E QUEDA:

o download de música na internet nos discursos do portal G1

(2006 - 2013)

**BELO HORIZONTE
UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS
2016**

Juliana de Alencar Viana

ASCENSÃO E QUEDA:

o download de música na internet nos discursos do portal G1
(2006 - 2013)

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação Interdisciplinar em Estudos do Lazer da Universidade Federal de Minas Gerais, como requisito parcial para obtenção do grau de Doutora em Estudos do Lazer.

Área de concentração: Cultura e Educação

Linha de pesquisa: Lazer e Sociedade

Orientador: Prof. Dr. Rafael Fortes

Belo Horizonte

Escola de Educação Física, Fisioterapia e Terapia Ocupacional da UFMG

2016

V614a Viana, Juliana de Alencar

2016 Ascensão e queda: o download de música na internet nos discursos do Portal G1 (2006-2013) [manuscrito] / Juliana de Alencar Viana. – 2016.

265 f., enc. il.

Orientador: Rafael Fortes

Tese (doutorado) – Universidade Federal de Minas Gerais, Escola de Educação Física, Fisioterapia e Terapia Ocupacional.

Bibliografia: f. 192-225

1. Lazer - Teses. 2. Música e Internet – Teses. 3. Mídia digital - Teses. I. Fortes, Rafael. II. Universidade Federal de Minas Gerais. Escola de Educação Física, Fisioterapia e Terapia Ocupacional. III. Título.

CDU: 379.8



ATA DA 3ª DEFESA DE TESE DE DOUTORADO

JULIANA DE ALENCAR VIANA

Às 14h00min do dia 22 de setembro de 2016 reuniu-se na Escola de Educação Física, Fisioterapia e Terapia Ocupacional da UFMG a Comissão Examinadora de Defesa de Tese, indicada pelo Colegiado do Programa para julgar, em exame final, o trabalho *Ascensão e queda: o download de música na internet nos discursos do site G1 (2006-2013)* requisito final para a obtenção do Grau de Doutor em Estudos do Lazer. Abrindo a sessão, o Presidente da Comissão Prof. Dr. Rafael Fortes Soares, após dar a conhecer aos presentes o teor das Normas Regulamentares do Trabalho Final, passou a palavra para a candidata, para apresentação de seu trabalho. Seguiu-se a arguição pelos examinadores, com a respectiva defesa da candidata. Logo após, a Comissão se reuniu, sem a presença da candidata e do público, para julgamento e expedição do resultado final. Foram atribuídas as seguintes indicações:

Membros da Banca Examinadora	Aprovado	Reprovado
Prof. Dr. Rafael Fortes Soares (orientador)	X	
Prof. Dr. Fabro Boaz Steibel (ESPM)	X	
Prof. Dr. Hélder Ferreira Isayama (UFMG)	X	
Prof. Dr. Pablo Cezar Laignier de Souza (UNESA/IBMEC)	X	
Prof. Dr. Victor Andrade de Melo (UFRJ/UFMG)	X	

Após as indicações a candidata foi considerada: APROVADA

O **resultado final** foi comunicado publicamente para a candidata pelo Presidente da Comissão. Nada mais havendo a tratar o Presidente encerrou a reunião e lavrou a presente **ATA** que será assinada por todos os membros participantes da Comissão Examinadora.

Belo Horizonte, 22 de setembro de 2016.

Prof. Dr. Rafael Fortes Soares (orientador) Rafael Fortes Soares

Prof. Dr. Fabro Boaz Steibel (ESPM) Fabro Steibel

Prof. Dr. Hélder Ferreira Isayama (UFMG) Helder

Prof. Dr. Pablo Cezar Laignier de Souza (UNESA/IBMEC) Pablo Laignier

Prof. Dr. Victor Andrade de Melo (UFRJ/UFMG) Victor Andrade de Melo

Aos ciberativistas, com respeito e admiração.

AGRADECIMENTOS

Agradeço:

ao meu orientador, Prof. Dr. Rafael Fortes, pela leitura atenta e criteriosa deste trabalho, pelo rigor, apoio, paciência e compreensão nas horas difíceis;

ao ORICOLÉ, pela acolhida e formação junto aos pares e companheiros de vida;

ao Prof. Dr. Helder Ferreira Isayama, pela presença, pelas parcerias, pelas boas conversas e sinceridade;

ao Prof. Dr. José Alfredo Debortoli, meu guia espiritual;

ao Prof. Dr. Cleber Augusto Gonçalves Dias, pelas gentilezas neste percurso;

ao Prof. Dr. Silvio Ricardo da Silva, amigo de todas as horas;

ao Prof. Dr. Victor Melo, pela amizade e por ter me apresentado ao Prof. Dr. Rafael Fortes ainda no mestrado;

ao Prof. Dr. Moisés Lemos Martins, pelo aceite de coorientação quando do processo em busca do doutoramento sanduíche na Universidade do Minho (Portugal);

ao Programa de Pós-Graduação em Estudos do Lazer, aos seus professores e funcionários;

aos colegas do GTT 09 – Lazer e Sociedade – do CBCE – Colégio Brasileiro de Ciências do Esporte –, pela compreensão nas ausências;

aos pareceristas deste trabalho, prof.^a Dr.^a Gisele Schwartz e Prof. Dr. Victor Melo, que gentilmente colaboraram para o desenvolvimento da tese;

aos membros da banca, pela generosidade do aceite quando da composição da banca examinadora;

à minha família querida, por compreender as ausências e me amar e apoiar assim mesmo, especialmente a mamãe e papai, por terem acreditado que um dia eu seria “doutora”; às minhas irmãs queridas, Jerusa e Jeanne, pelas partilhas da vida; à Tia Ana e ao Tio Salomão, pelo carinho da hospitalidade de toda uma vida e incentivo aos estudos; aos primos e primas, pela relação descontraída que alivia as tensões; aos sobrinhos, Eduardo, Beatriz, Antônio e Joaquim, pelas alegrias da meninice e vigor da juventude, um “sopro de vida”;

à Cristiane Pisani, pela paciência da escuta, pelas trocas acadêmicas e pelo carinho de sempre;

à amiga Flávia da Cruz Santos, pela amizade leal e atemporal;

à Escola de Educação Física, Fisioterapia e Terapia Ocupacional da Universidade Federal de Minas Gerais, pelos quatorze anos de formação até aqui;

aos colegas e amigos da primeira turma de doutorado (2012) do Programa de Pós-Graduação em Estudos do Lazer, pelos aprendizados;

aos colegas e amigos da Escola Municipal Vasco Pinto da Fonseca (Contagem – MG) e do IFMG (Campus Avançado Ipatinga), pelo apoio e incentivo;
à educação pública, gratuita e de qualidade, que ela persevere em tempos sombrios;
à CAPES, pela concessão de bolsa de estudos.

Se a rede segrega, vigia e exclui, para os piratas, ela agrega, organiza e empodera.
(Saturnino - A emergência dos piratas nas redes do capitalismo informacional)

RESUMO

Por vezes, algumas práticas culturais na internet foram consideradas lícitas ou ilícitas, permitidas ou proibidas, transitando entre o prescrito e o imprevisto conforme os distintos interesses, sendo frequentemente objeto de disputa cultural e envolvendo relações de poder entre diferentes atores sociais como artistas, indústria fonográfica, governos e usuários. Essas disputas podem ser silenciadas ou evidenciadas nos discursos das mídias. Dessa forma, buscou-se investigar como o *download* de música foi representado nos discursos do portal de notícias *GI* entre os anos de 2006 a 2013. Foram reunidas, organizadas e analisadas 713 notícias, com auxílio do programa Nvivo10, segundo seus aspectos políticos, culturais, sociais e econômicos. Nos aspectos políticos, apontamos os processos e condenações de usuários, o fechamento de *sites* e redes de compartilhamento de música; opinião de artistas e novas legislações. Nos aspectos econômicos, identificamos uma diversificação da oferta de bens e serviços; liberação de música digital gratuita em troca de receitas de publicidade baseado em audiência; incremento dos serviços de música online e a emergência de games musicais. Nos aspectos culturais, destacamos o *remix*, próprio da cultura digital e o *tecnobrega*, como outro modelo de produção, circulação e consumo musical, além de apontar articulações, disputas e relações entre o alternativo e o *mainstream*. Nos aspectos sociais, observamos permanências e rupturas nas teias da reciprocidade e novas formas de interação social pelo interesse musical. Nesse estudo, observou-se que não há uma unanimidade, não há consenso na abordagem política dessa prática, embora a repressão e punição pautem a maior parte das notícias encontradas no *GI* e também as ações governamentais que tenderam, quase sempre, a criminalizar a prática de *download* de música em defesa do interesse econômico das grandes gravadoras em detrimento do interesse e do bem comum. Percebe-se que pouco espaço foi dado aos elementos de contestação ideológica, como iniciativas ciberativistas, em relação à repressão do livre compartilhamento de dados. Neste panorama, o acesso aos bens digitais – que está se tornando cada vez mais propriedade privada – pode representar as novas formas de inclusão e exclusão social em tempos de capitalismo cognitivo. Ainda se aborda o papel do consumo, frequentemente renovado na estruturação de estilos de vida, de perfis identitários e de comunidades de gosto que povoam as variadas redes de comunicação, sociabilidade e negócios que permanecem produzindo temas de investigação bastante produtivos cuja exploração pelos Estudos do Lazer parece inesgotável.

Palavras-chave: Lazer. Download de música. Mídia. Criminalização.

ABSTRACT

Some of cultural practices on the internet were considered licit or illicit, allowed or prohibited, prescribed and not prescribed due to multiple interests, often being the cultural dispute objects and involving power relations between different social actors as artists, music industry, governments and users. These disputes can be silenced or evidenced in the discourse of the media. Thus we sought to investigate how the music download was represented in the G1 news portal discourses, from 2006 to 2013. 713 news were gathered, organized and analysed, with the software assistance Nvivo10, according to their political, cultural, social and economic aspects. The political aspects, we point out the prosecutions and convictions of users, the closing of sites and music sharing networks; opinion of artists and new legislation. In economic, we identified a wider range of goods and services; free digital music liberation in exchange for advertising revenue based on audience; increase in online music services and the emergence of musical games. In cultural aspects, we highlight the remix, own digital culture and tecnobrega as another model of production, circulation and musical consumption, while pointing joints, disputes and relations between the alternative and the mainstream. The social aspects, we note permanencies and ruptures in reciprocity on the web and new forms of social interaction by musical interest. In this study, it was noted that there is no unanimity, there is no consensus in the political approach of this practice, although the repression and punishment are in the most news found in the G1 portal and also in the government actions that tended almost always to criminalize music download practice in defence of the major labels' economic interests without consider the internet users' interests and the common good. Thus, among analysed news, it is seen that little space was given to ideological impugment elements, as cyber-activists initiatives in relation to the suppression of free file sharing. In this view, the access to digital goods - which is becoming increasingly private property - may represent new forms of social inclusion and exclusion, in a historic context that emerges the cognitive capitalism. It is still discussed the role of consumption, often renewed in structuring lifestyles of identity profiles that occupy the communication, sociability and businesses networks, that remain producing enough challenging research subjects whose exploitation by Leisure Studies it seems inexhaustible.

Keywords: Leisure; music download; media; criminalization.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

TABELA 1	Resultados de busca para as palavras-chave <i>download</i> e <i>música</i> no portal <i>Globo.com</i>	20
TABELA 2	Resultados de busca para as palavras-chave <i>baixar</i> e <i>música</i> no portal <i>Globo.com</i>	20
TABELA 3	Veículos de notícias encontrados na busca para as palavras-chave <i>download</i> e <i>música</i> no portal <i>Globo.com</i>	21
TABELA 4	Veículos de notícias encontrados na busca para as palavras-chave <i>baixar</i> e <i>música</i> no portal <i>Globo.com</i>	22
TABELA 5	Resultados de busca para as palavras-chave no portal <i>GI</i> (2006 a 2013)	24
TABELA 6	<i>Corpus</i> de notícias coletadas e divididas por editorias do <i>GI</i>	25
TABELA 7	Proporção de usuários brasileiros por atividades realizadas na <i>internet</i>	114
TABELA 8	Listagem das 713 notícias do <i>GI</i> que compõem o <i>corpus</i> documental da pesquisa	226
GRÁFICO 1	A evolução das vendas de vinis (em milhões) nos EUA	95
GRÁFICO 2	Participação dos formatos digitais e físicos nos grandes mercados do mundo (2008)	96

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	14
1.1	Sobre jornalismo, princípios editoriais e a Análise Crítica de Discurso	28
2	CAPÍTULO 1: ASPECTOS POLÍTICOS DO DOWNLOAD DE MÚSICA NA INTERNET	37
2.1	“Campanha Internacional contra a Pirataria começa no Rio”	38
2.2	Baixar conteúdo para uso pessoal não está fora da lei: “é o preço que vamos pagar pelo progresso”	53
2.3	Com a palavra, os artistas: a “mediocridade” e a “depreciação da classe artística”	59
2.4	O Brasil e o mundo em busca de “padrões internacionais de luta contra a pirataria”	76
3	CAPÍTULO 2: ASPECTOS ECONÔMICOS DO DOWNLOAD DE MÚSICA NA INTERNET.....	89
3.1	Diversificação da oferta de bens e serviços	90
3.2	Quem paga o <i>download</i> grátis?	98
3.3	Crescimento dos serviços de música <i>on-line</i>	105
3.4	<i>Guitar Hero</i> e <i>Rock Band</i> : a emergência dos <i>games</i> musicais	114
4	CAPÍTULO 3: ASPECTOS CULTURAIS DO DOWNLOAD DE MÚSICA NA INTERNET	120
4.1	A potencialidade do remix como prática cultural contemporânea	120
4.2	A produção, circulação e consumo no circuito do tecnobrega	141
4.2.1	As articulações, disputas e relações com o <i>mainstream</i> : os casos Gaby e Calypso	148
5	CAPÍTULO 4: ASPECTOS SOCIAIS DO DOWNLOAD DE MÚSICA NA INTERNET	158
5.1	Permanências e rupturas nas teias da reciprocidade	158
5.2	As novas formas de consumir música	172
6	CONSIDERAÇÕES FINAIS	187
	REFERÊNCIAS	192
	1 Referências das notícias publicadas no portal de notícias <i>GI</i>	192
	2 Referências das demais publicações	207

ANEXO	226
-------------	-----

1 INTRODUÇÃO

Ao longo do século XX, os meios de comunicação foram incorporados, paulatinamente, à vida cotidiana como novas práticas de lazer. O cinema, o rádio, a televisão e, mais recentemente, a *internet* se configuraram como importantes elementos presentes no tempo destinado ao lazer, como veículos destinados à oferta e ao consumo de bens e serviços frequentemente renovados pela *indústria cultural*, termo esse que vem concorrendo com outro ainda mais recente: *indústria criativa*.

Principalmente por ser um espaço desterritorializado, caracterizado por novas experiências de espaço-tempo, a *internet* potencializou trocas culturais pela conexão mundial de computadores. Essas e outras práticas contemporâneas constituem o que vem sendo chamado de *sociedade em rede* (CASTELLS, 1999), que se caracteriza por uma mudança na forma de organização social possibilitada pelo surgimento das Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) em um período de coincidência temporal no qual ocorre uma mudança econômica – a globalização das trocas e movimentos financeiros – e social – a procura da afirmação das liberdades e valores de escolha individual iniciada com os movimentos estudantis de maio de 1968 (CARDOSO, 2007).

Nesse sentido, segundo Camargo (2009), há autores que sequer preconizam o conceito de capitalismo como fundamental para a compreensão deste período histórico, como é o caso dos que se utilizam de expressões como “sociedade pós-industrial” (BELL, 1977), “sociedade de consumo” (BAUDRILLARD, 1975) e “sociedade em rede” (CASTELLS, 2006). “[...] Por outro lado há aqueles que sustentam o conceito de capitalismo, seja este tardio (JAMESON, 1997), cultural (RIFKIN, 2001) ou cognitivo (GORZ, 2005 e MOULIER-BOUTANG, 2007)” (CAMARGO, 2009, p. 15).

Sem nos restringir, por ora e em específico, a nenhum conceito ao atual contexto político-econômico, observamos que o Centro de Estudos sobre as Tecnologias da Informação e Comunicação (CETIC),¹ em 2011, destacou, por exemplo, que, entre as atividades de lazer mais populares realizadas na *internet*, está o *download* de música (prática também associada à troca ou compartilhamento de arquivos na *web*, frequentemente de música e/ou vídeo), que corresponde ao percentual total de 51% da população brasileira pesquisada, entre as zonas urbana e rural, em todas as regiões do país e em diferentes faixas etárias. Reiterando esses

¹ Comitê gestor da *internet* no Brasil (2011).

dados, conforme o Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA²), em maio de 2012, ao realizar um estudo sobre consumo de música e vídeo na *internet*, cerca de 81% dos pesquisados (em torno de 8,62 milhões de pessoas) consumiam músicas e filmes pela rede sem pagar nada por eles, prática moralmente condenada por muitos, que a classificam como “pirataria”. Diante desses dados, resta-nos uma pergunta: o que levou esta prática, de copiar arquivos de música, a se tornar tão popular e, ao mesmo tempo, tão vigiada?

Observamos que foi a partir de 17 de outubro de 2006, quando a Campanha Internacional contra a Pirataria (LOUREIRO, *GI*, 17/10/2006)³ foi lançada no Rio de Janeiro pela Associação Brasileira de Produtores de Disco (ABPD) visando alertar sobre os riscos dessa prática, que ela foi considerada crime. O foco principal dessa campanha educativa era a pirataria na *internet* (digital) e não a pirataria física do *CD*, pois considerava-se que havia ocorrido uma migração do “delito” para a *internet*. A Campanha iniciada em 2006, no Rio de Janeiro, foi motivada, de acordo com Eduardo Rajo, diretor da ABPD citado na notícia de Loureiro (2006), em função de, em 2005, ano anterior à notícia, mais de um bilhão de arquivos terem sido baixados no Brasil. Em 2012, de acordo com os serviços de monitoramento da *MusicMetric*, o Brasil ocupava o 5º lugar na lista entre os países com maior número de *download* ilegal de música (BRASIL..., *GI*, 18/09/2012),³ fato que sugere que essa prática era intensa no país. Desde então, o *download* de música, entre outras práticas, parece ter se tornado um *mal* da *internet*, tendo como consequência uma maior regulação e normatização, visando ao combate de tal prática, tornando-a crime.

Cabe explicar que *pirataria* com sentido pejorativo é um rótulo que a indústria fonográfica quer dar às práticas de compartilhamento de arquivo, segundo Moraes (2010), já que, em função das tecnologias digitais (computadores conectados à *internet*, leitores portáteis de música em formato *MP3*, troca de arquivos por *pen drives* etc.), as trocas culturais foram bastante ampliadas. Há, portanto, um maior investimento antipirataria da indústria do entretenimento no controle dos direitos autorais (*copyright*) a fim de proteger os bens culturais da cópia não autorizada face às novas tecnologias disponíveis. Ferir, então, os termos do *copyright* significa praticar *pirataria*. Contudo, mesmo que essa prática seja considerada ilegal, embora não tenha regulamentação jurídica para todas as suas ocorrências,

² Comunicados do IPEA (2012).

³ Ainda na introdução, quando tratarmos da delimitação do *corpus* de notícias a ser analisado nesta pesquisa, explicaremos qual foi o padrão utilizado para fazer a referência das notícias, no corpo do texto, nesse formato apresentado, que inclui autor ou primeira palavra do título da notícia, seguido pelo local de publicação (no caso, o portal *GI*) e a data, contendo dia, mês e ano da publicação.

ela atravessa um processo de ressignificação por parte dos usuários, não sendo rejeitada, por exemplo, por grande parte da população brasileira (MORAES, 2010).

Nesse sentido, ressaltamos haver um aparente caráter contraditório quando ocorreram ações governamentais que, por um lado, visaram combater a pirataria⁴ e, de outro, dotar os usuários de acesso e maior velocidade de conexão à *internet*.⁵ E, ainda, simultaneamente a isso, maiores eram os esforços da indústria cultural em oferecer aos consumidores artefatos tecnológicos mais velozes e mais potentes, como gravadores de *CD*, *MP3 players*, *iPods* e *pen drives*. Sabemos que o uso desses suportes para cópias de conteúdo multimídia protegidos pelos direitos autorais não é permitido, revelando contradições quando a troca de arquivos de músicas e filmes é prática comum entre os internautas.⁶ No Brasil, coexistem, por exemplo, o Plano Nacional da Banda Larga e o III Plano Nacional de Combate à Pirataria.

O que se observa é que tentativas para criminalização do compartilhamento de arquivos de música têm se expandido nos EUA⁷ e avança em outros países, como no Brasil. A norma em vigor no nosso país é a Lei de Direitos Autorais n. 9610/1998, em que uma regulamentação de uso na *internet* inexistente, restando interpretações conflitantes e dúvidas na aplicação da lei quando o assunto é *download*, troca ou compartilhamento de arquivos na rede. Entretanto, existem vários projetos de lei⁸ que visam a alterações no Código Penal com o intuito de normatizar o assunto. Porém, a maioria desses projetos trata de coibir o anonimato, o que, para alguns, fere os direitos de privacidade e segurança.

Entendemos que a prática de compartilhamento de arquivos, contudo, não é o que rotineiramente se entende por pirataria, por mais que haja dificuldades em definir o termo.⁹ Para Moraes (2010), *piratear* diz respeito a tomar algo que não é seu, utilizar sem

⁴ Lançado, em maio de 2013, no Ministério da Justiça, o III Plano Nacional de Combate à Pirataria (2013-2016), elaborado pelo Conselho Nacional de Combate à Pirataria e Delitos Contra a Propriedade Intelectual (CNCP), é estruturado sobre três eixos – educacional, econômico e de fiscalização – visando ao aperfeiçoamento das ações desenvolvidas pelo CNCP. Cf. <<http://www.justica.gov.br/sua-protecao/combate-a-pirataria/projetos-estrategicos>>.

⁵ Criado pelo Decreto 7175 de 12 de maio de 2010, o Plano Nacional de Banda Larga objetiva garantir acesso à banda larga a 40 milhões de domicílios brasileiros até 2014, oferecendo uma velocidade mínima de 1Mbps (*megabit* por segundo). Esse plano já se encontrava em sua segunda versão (PNBL 2.0) em 2013.

⁶ Para o sociólogo Sérgio Amadeu da Silveira, “mais da metade do tráfego da *internet* é de redes P2P, é de redistribuir e compartilhar arquivos, isso é feito por pessoas comuns. Não é possível dizer que 40 milhões de pessoas são criminosas porque compartilham música e vídeo” (GALO; WACHOWIAK, *A cultura digital*, 2009). Cf. <<https://culturanaeradigital.wordpress.com/tag/sergio-amadeu/>>.

⁷ Uma mulher já foi condenada a pagar um milhão e meio de dólares por ter baixado ilegalmente músicas na *internet* em um episódio de batalha judicial contra a indústria fonográfica nos Estados Unidos (EUA..., *G1*, 4/11/2010). Cf. <<http://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2010/11/eua-mulher-e-condenada-a-pagar-us-15-mi-por-baixar-musica.html>>.

⁸ Moraes (2010) afirma que existem, pelo menos, quarenta e três Projetos de Leis tramitando no Congresso sobre a regulamentação da *internet*. Uma lista de projetos de lei na Câmara sobre o controle à *internet* foi realizada por Rodrigo Veleda, do *blog* Trezentos e pode ser encontrada nesse link: <<http://www.trezentos.blog.br/?p=3763>>.

⁹ Sobre os tipos de pirata e de pirataria, ver o tópico “Aspectos políticos do *download* de música na internet”.

autorização, quebrar a norma vigente. Todavia, nas malhas da rede, *tomar algo* não significa deixar alguém *sem algo*, mas deixar mais um *com*, uma vez que a pirataria no ciberespaço é apoiada na cópia e/ou disponibilidade. Para alguns, este fenômeno das trocas no ambiente digital constitui-se como uma economia da abundância – caracterizada pela gratuidade, cooperação, partilha e reciprocidade – que é altamente combatida pela produção de escassez artificial pela indústria por meio dos dispositivos legais (direitos autorais, licenças, contratos etc.) a fim de limitar a livre circulação do conhecimento e da cultura (GORZ, 2005).

Considerando esses fatos, podemos crer que existem em curso mecanismos de controle sobre as práticas de lazer na *internet*, sendo elas lícitas ou ilícitas, permitidas ou proibidas, transitando entre o prescrito e o imprevisto, conforme os interesses de determinados grupos e sendo objeto de disputa cultural, envolvendo relações de poder.¹⁰ Parece claro que nessa questão não há consenso, produzindo conflitos de interesses. Essa disputa tem sido objeto de julgamento em diversos tribunais e tem sido pauta na condução das políticas públicas culturais em muitos países, inclusive no Brasil.¹¹ Estão em questão os direitos culturais das pessoas no que se refere às suas escolhas e ao seu acesso à música como bem cultural. Restrições à prática do *download* ou de troca de arquivos podem trazer um retrocesso à produção de cultura em tempos de *internet*, o que traz profundas implicações para a significação e ressignificação das práticas de lazer.

Como veremos, muitos são os discursos acerca dessa prática digital. O que nos parece claro é que esses discursos soam bastante controversos e sugerem uma disputa no que se refere ao acesso, produção e circulação da música como interesse cultural entre diferentes atores sociais: artistas, indústria cultural, governos e usuários de *internet*. A partir disso, nos pareceu interessante investigar e analisar os discursos midiáticos acerca do *download* de música como prática contemporânea de lazer, já que os discursos, enquanto prática social, manifestam e produzem os significados e sujeitos, revelando diferentes interesses – políticos, econômicos, culturais e ideológicos. Interessa-nos discutir: como o *download* de música foi

¹⁰ No plano internacional, já tivemos punições para o programa de compartilhamento *Napster*, para o *site The Pirate Bay*, as iniciativas de legislação punitivas em diversos países, a exemplo da Lei Hadopi (França), Acta – Acordo Comercial Anticontrafação (tratado comercial internacional entre diversos países), Sopa – Lei de Combate à Pirataria On-line (EUA) e Pipa – Protect IP Act (EUA). Na contramão, tivemos o surgimento do Partido Pirata, na Suécia, em 2010, que também encontrou adesão junto aos brasileiros.

¹¹ Entre as iniciativas no país estão o movimento MegaNão, contra a aprovação do Projeto de Lei 84/1999 de autoria, do então senador Eduardo Azeredo, no controle da *internet* brasileira; a criação do Marco Civil da *Internet* – Projeto de Lei (PL 2126/2011 transformado na Lei 12965 de 23 de abril de 2014) que estabeleceu princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da *Internet* no Brasil; – e a organização dos fóruns de debates (entre 2007 e 2010) que originou a Reforma da Lei de Direitos Autorais – Projeto de Lei (PL 3133/2012) que visava alterar a Lei 9610/1998 que “altera, atualiza e consolida a legislação sobre direitos autorais e dá outras providências”.

representado na mídia? Quais juízos foram feitos e quais argumentos foram apresentados sobre essa prática? Como foram caracterizados aqueles que o praticam? Quais são os atores que falaram nesse debate? O que prevaleceu nos discursos? Quais foram as suas regularidades?

Reconhecemos a relevância do jornalismo não só na projeção social dos assuntos sociais, mas também no enquadramento desses assuntos como fontes de informação e de formação da opinião pública, moldando percepções da realidade. Ao contrário de outros discursos, o discurso midiático destina-se a um público disperso e por isso pretende-se um discurso compreensível a todos. Essa seria uma de suas principais características. Seu grande efeito é não apenas refletir e representar entidades e relações sociais, mas contribuir para a construção e a constituição das sociedades contemporâneas. Considerando a Análise Crítica do Discurso, qualquer evento discursivo é considerado simultaneamente um texto, um exemplo de prática discursiva e um exemplo de prática social (FAIRCLOUGH, 2001; VAN DIJK, 2001). O objetivo deste trabalho, isso posto, é analisar os discursos midiáticos acerca do *download* de música como prática de lazer na *internet*, no período de 2006 a 2013, quando teve lugar as primeiras iniciativas tanto para o cerceamento quanto para o debate público da prática de *download* e compartilhamento de música, identificando representações em disputa acerca dessa prática de lazer contemporânea.

Há um destaque inédito na imprensa brasileira nesse período mencionado, algo, até então, novo entre nós. A prática social do *download* de música na rede aponta para diversos usos e interesses, sejam eles econômicos, políticos ou culturais, e sugerem possíveis assimetrias no exercício e nas relações de poder. Parece oportuno discutir esses elementos nas representações midiáticas, considerando que a mídia é responsável pela constituição de mundo, dada a veiculação de formas simbólicas cruciais para a cultura contemporânea, contribuindo para a naturalização de crenças a fim de estabelecer ou sustentar relações de poder, tornando-se ideológica. Consideramos que o uso da linguagem é ideológico se servir para instaurar ou manter assimetrias entre pessoas e grupos sociais (THOMPSON, 1995). Até que ponto nosso contato com as mídias propicia o aumento de nossa autonomia e o exercício da nossa cidadania? Dialogando com Cardoso (2007), a cidadania pode ser definida como um conjunto de práticas dos indivíduos como membros de uma comunidade, constituindo a sua esfera de atuação um vasto campo que abrange os direitos legais, políticos e sociais até a discussão sobre a existência de uma cidadania cultural ou dos direitos culturais, passando pelo direito à comunicação e à informação. “Obviamente tão importante quanto conhecer esses direitos partilhados é saber quem assegura a possibilidade de seu exercício e até que ponto

este ocorre em liberdade” (CARDOSO, 2007, p. 30). Esperamos contribuir para a leitura crítica dos discursos midiáticos sobre as diferentes práticas sociais e culturais manifestas no tempo e/ou espaço de lazer ao evidenciar disputas e interesses para além da superfície dos dados. É importante ressaltar que, em torno do entretenimento digital,¹² existem disputas envoltas em relações de poder.

Para discutir essas questões propostas, optamos pela análise das notícias do portal *Globo.com* a fim de discutir como se dá a cobertura deste tema – *download* de música – nesse veículo. Segundo o *site Alexa*,¹³ o portal é o 6º *site* mais acessado do Brasil, fato que o torna um importante veículo midiático. Além disso, o portal pertence às Organizações Globo, o maior grupo de comunicação do país e da América Latina, que atua em diferentes segmentos, inclusive na indústria fonográfica.¹⁴ Essa foi uma escolha ciente de que não há neutralidade no discurso e, por isso, investigar os textos em busca de permanências e possíveis rupturas se apresenta como um desafio.

O portal *Globo.com* apresenta em sua página principal os conteúdos distribuídos por temas e subdivisões dentro desses temas, assim encontrados: notícias (*GI*, na tv, jornais, revistas e rádio, serviços), esportes (*globoesporte.com*, *sportv*, na tv, futebol, fórmula 1, MMA, mais esportes), entretenimento (etc, *tv*, famosos, canais de tv, revistas, casa e decoração, moda e beleza), tecnologia e vídeos. Os conteúdos exibidos incluem diferentes editorias em diferentes veículos, como os impressos, televisivos e de emissoras de rádio que compõem o seu grupo.

Na página principal, há um sistema de busca onde é permitido realizar pesquisa por palavras-chave, com a opção de ordenar os resultados por categorias (relevantes, recentes e antigos), por tipos (notícias, vídeos, fotos, áudios, fotos), por veículos (*GI*, *Extra Online*, *CBN*, *O Globo*, revista *Época*, diversos programas televisivos etc.) e por data, compreendendo períodos específicos.

¹² Em Portugal, as atividades e práticas na *internet* são classificadas em função de seus usos: procura de informação (35,9%); socialização (28,8%); obtenção de *software* (28,8%); entretenimento (27,6%); comércio eletrônico (24,3%). Entretenimento aqui é entendido como a média dos valores de *download* de música e prática de jogos *on-line*. (CARDOSO, 2007, p. 210).

¹³ *Alexa Internet Inc.* é um serviço de *internet* pertencente à *Amazon* (empresa multinacional de comércio eletrônico) que mede quantos usuários de *internet* visitam um sítio da *web*. Cf. <<http://www.alexa.com/siteinfo/globo.com>>.

¹⁴ As Organizações Globo são detentoras da *Som Livre*. Criada em 1971, a *Som Livre* destacou-se no mercado brasileiro de discos, de início, produzindo trilhas sonoras de novelas e coletâneas com sucessos nacionais e internacionais. (BRITTOS; BOLAÑO, 2005). Por meio da SLAP, Som Livre Apresenta, produz novos artistas e atua no comércio eletrônico de música (loja virtual) e rádio *on-line*. Atualmente, a *Som Livre* pertence ao grupo da Associação Brasileira de Produtores de Discos (ABPD) que, por sua vez, está vinculada à Federação Internacional da Indústria Fonográfica (IFPI). Cf. <http://www.abpd.org.br/sobre_lista_associados.asp>.

Na busca de notícias pelo portal *Globo.com* com as palavras-chave que são o tema de investigação desta pesquisa (*download, música; baixar*,¹⁵ *música*), no mês de agosto de 2013, encontramos 3.241 resultados para *download* e *música*, entre notícias, vídeos, fotos e áudios, distribuídos conforme expõe a Tabela 1.

TABELA 1 – Resultados de busca para as palavras-chave *download* e *música* no portal *Globo.com*

TIPO	RESULTADOS PARA <i>DOWNLOAD</i> E <i>MÚSICA</i>	PERÍODO DAS PUBLICAÇÕES
Notícias	3.233	27/06/2003 a 30/08/2013
Vídeos	2	11/12/2009 e 18/03/2013
Fotos	2	08/10/2008 e 04/08/2013
Áudios	4	30/05/2009 e 15/05/2013
Total	3.241	27/06/2003 a 31/08/2013

Fonte: Elaboração própria, 2013.

Nota: O período das publicações que é indicado na tabela revela o intervalo de tempo entre a primeira (mais antiga) e a última (mais recente) notícia encontrada no resultado da pesquisa quando foi realizada a busca pelas palavras-chave.

E encontramos 2.485 resultados para *baixar* e *música*, entre notícias, fotos e áudios, assim distribuídos:

TABELA 2 – Resultados de busca para as palavras-chave *baixar* e *música* no portal *Globo.com*

TIPO	RESULTADOS PARA <i>BAIXAR</i> E <i>MÚSICA</i>	PERÍODO DAS PUBLICAÇÕES
Notícias	2.480	27/06/2003 a 30/08/2013
Fotos	01	05/10/2012
Áudios	04	04/10/2011 a 06/10/2012
Total	2.485	27/06/2003 a 30/08/2013

Fonte: Elaboração própria, 2013.

Desses resultados, percebemos que o tipo notícias agrega o maior número de resultados (3.233 dos resultados para *download* e *música* – ver Tabela 1 – e 2.480 para *baixar* e *música* – ver Tabela 2).

Dentro desses resultados, encontramos 52 veículos de notícias diferentes na busca por *download* e *música* como disponibilizado na Tabela 3.

¹⁵ O termo em inglês *download*, já conhecido e popularizado no Brasil, também é traduzido e utilizado comumente como o verbo *baixar*, por isso a necessidade de sua busca juntamente ao termo *música*, pois fazer *download* de música ou *baixar* música possuem o mesmo significado no Brasil e se confundem.

TABELA 3 – Veículos de notícias encontrados na busca para as palavras-chave *download* e *música* no portal *Globo.com*

(Continua)

ITEM	VEÍCULOS DE NOTÍCIAS	RESULTADOS PARA DOWNLOAD E MÚSICA	PERÍODO DAS PUBLICAÇÕES
1	G1	813	17/08/2006 a 29/08/2013
2	TechTudo	587	26/01/2010 a 31/08/2013
3	O Globo	467	05/01/2006 a 24/08/2013
4	Letras	450	09/01/2012 a 12/04/2013
5	Extra Online	346	09/12/2010 a 08/08/2013
6	Quem Acontece	193	22/07/2008 a 21/06/2013
7	TVZ	67	10/12/2009 a 12/06/2012
8	Revista Época	61	20/05/2008 a 01/07/2013
9	Ego	49	20/09/2006 a 19/05/2011
10	Época Negócios	38	28/02/2009 a 26/02/2013
11	Música	35	22/04/2010 a 28/08/2013
12	Traduções	21	x
13	Economia	13	x
14	Techtudo	10	x
15	Vogue	6	x
16	RBS TV	5	x
17	Globo Esporte	5	x
18	Domingão do Faustão	5	x
19	GQ	4	x
20	CBN	4	x
21	Marie Claire	4	x
22	RPCTV	3	x
23	Globo Minas	3	x
24	Jornal da Globo	3	x
25	Época	3	x
26	Detox do Amor	3	x
27	Auto Esporte	3	x
28	The Voice Brasil	2	x
29	Rede Globo	2	x
30	Globo News	2	x
31	Bom Dia Brasil	2	x
32	Criança Esperança	1	x
33	Globo Ciência	1	x
34	Globo Universidade	1	x
35	Globoesporte	1	x
36	Sportv	1	x
37	TV Vanguarda	1	x
38	Álbuns	1	x
39	Telejornais	1	x
40	TV Xuxa	1	x
41	Séries etc.	1	x
42	Prêmio Multishow 2013	1	x
43	Natureza	1	x
44	Meus 5 minutos	1	x
45	Globoesporte.com	1	x
46	Glamour	1	x
47	Fábrica de Estrelas	1	x
48	Experimente	1	x
49	Casa e Jardim	1	x
50	Casa Vogue	1	x

TABELA 3 – Veículos de notícias encontrados na busca para as palavras-chave *download* e *música* no portal *Globo.com*

(Conclusão)

ITEM	VEÍCULOS DE NOTÍCIAS	RESULTADOS PARA DOWNLOAD E MÚSICA	PERÍODO DAS PUBLICAÇÕES
51	BBB	1	x
52	Artistas	1	x
	Total	3.233	27/06/2006 a 31/08/2013

Fonte: Elaboração própria, 2013.

Destes 2.480 resultados em notícias para as palavras-chave *baixar* e *música*, encontramos 57 veículos, como pode ser visto na Tabela 4 a seguir.

TABELA 4 – Veículos de notícias encontrados na busca para as palavras-chave *baixar* e *música* no portal *Globo.com*

(Continua)

ITEM	VEÍCULOS DE NOTÍCIAS	RESULTADOS PARA BAIIXAR E MÚSICA	PERÍODO DAS PUBLICAÇÕES
1	Letras	547	09/01/2012 a 18/07/2013
2	TechTudo	498	04/02/2010 a 31/08/2013
3	O Globo	366	12/08/2005 a 31/08/2013
4	G1	316	29/08/2006 a 22/08/2013
5	Extra Online	233	09/12/2010 a 17/08/2013
6	Traduções	194	11/01/2012 a 11/07/2013
7	Revista Época	54	19/10/2007 a 01/07/2013
8	Época Negócios	35	27/02/2009 a 10/12/2012
9	Ego	32	15/10/2006 a 04/06/2013
10	Quem acontece	14	x
11	Fantástico	13	x
12	Jornal da Globo	11	x
13	Globo Esporte	11	x
14	Séries etc.	11	x
15	TVZ	11	x
16	Economia	11	x
17	Caldeirão do Huck	09	x
18	globoesporte	09	x
19	Telejornais	07	x
20	Jornal Hoje	06	x
21	Auto esporte	06	x
22	Techtudo	05	x
23	GQ	05	x
24	RBS TV	05	x
25	Globo Minas	05	x
26	RPCTV	05	x
27	Marie Claire	05	x
28	Música	04	x
29	Bom dia Brasil	04	x
30	CBN	04	x
31	globoesporte.com	03	x
32	Época	03	x
33	Globo Universidade	03	x

TABELA 4 – Veículos de notícias encontrados na busca para as palavras-chave *baixar* e *música* no portal *Globo.com*

(Conclusão)

ITEM	VEÍCULOS DE NOTÍCIAS	RESULTADOS PARA BAIIXAR E MÚSICA	PERÍODO DAS PUBLICAÇÕES
34	Rede Globo	03	x
35	Vogue	02	x
36	Ego	02	x
37	Talentos	02	x
38	Casa e Jardim	02	x
39	SPORTV	02	x
40	Globo Repórter	02	x
41	Jornal Nacional	02	x
42	Malhação	02	x
43	Detox do Amor	01	x
44	Domingão do Faustão	01	x
45	TV integração	01	x
46	Carnaval 2010	01	x
47	BBB	01	x
48	The Voice Brasil	01	x
49	Fábrica de Estrelas	01	x
50	BBB8	01	x
51	GNT Fashion	01	x
52	Glamour	01	x
53	Sangue Bom	01	x
54	Beat98	01	x
55	Prêmio Multishow 2013	01	x
56	Big Brother Brasil	01	x
57	Malhação 2012	01	x
	Total	2.480	12/08/2005 a 31/08/2013

Fonte: Elaboração própria, 2013.

Para refinar a busca, adotamos como filtro um determinado período temporal, considerando como marco inicial a Campanha Internacional contra a Pirataria, de 17 de outubro de 2006, quando houve uma significativa mudança do foco da pirataria física dos CDs dos camelôs para a pirataria digital, que consiste justamente no objeto de investigação desta pesquisa – *download* de música – e, como marco final, foi considerado o III Plano Nacional de Combate à Pirataria, lançado em 14 de maio de 2013 e publicado no Diário Oficial da União em 27 de maio de 2013, uma importante ação governamental que cria relação direta com o tema aqui proposto, principalmente no sentido de inibir a prática do que consideram como pirataria digital. Esse recorte temporal se justifica na medida em que observamos que o lançamento da campanha citada representa um desejo de mudança no foco das investigações e intervenções, implicando em maior controle e monitoramento do *download* de música na *internet*, algo até então inédito entre nós. Por fim, o país alcança o III Plano Nacional de Combate à Pirataria, em maio de 2013. Nesse percurso, entre esses dois

fatos, interessa-nos investigar e discutir como o veículo aborda e representa na mídia o *download* de música como prática de lazer, sendo esse o nosso objeto de investigação.

Dos cinco primeiros veículos em que mais dados (notícias) foram encontrados, em ambas as buscas, apenas o veículo *GI* e *O Globo* compreendem o período histórico a ser investigado. Em função da quantidade de dados, da emergência do tema e das características dos veículos,¹⁶ recortamos no veículo *GI*. De acordo com os princípios editoriais das Organizações Globo (ver subcapítulo 1.1), “cada veículo tem um público-alvo e deve agir de acordo com as características dele, adaptando a eles pauta, linguagem e formato” (ORGANIZAÇÕES GLOBO, 2011, p. 19). Logo, o tema parece ter mais como público-alvo os internautas, que também são interagentes com a prática do *download*, sendo mais um motivo pelo qual o recorte nos pareceu o mais adequado.

Do total de 813 resultados (sem delimitação temporal) do *GI*, para os termos *download* e *música*, e dos 316 resultados para os termos *baixar* e *música*, selecionamos, respectivamente, 750 notícias e 297 notícias, dentro da temporalidade de 17 de outubro de 2006 (Campanha Internacional contra a Pirataria) a 27 de maio de 2013 (publicação das diretrizes do III Plano Nacional de Combate à Pirataria), totalizando, assim, 1.047 notícias, conforme tabela seguinte.

TABELA 5 – Resultados de busca para palavras-chave no portal *GI* (2006-2013)

PALAVRAS-CHAVE – RECORTE GI	TOTAL DE RESULTADOS	RESULTADOS NÃO REPETIDOS	PERÍODO DAS PUBLICAÇÕES
<i>Download e música</i>	750	715	17/10/2006 a 27/05/2013
<i>Baixar e música</i>	297	180	17/10/2006 a 27/05/2013
Total	1047	895	17/10/2006 a 27/05/2013

Fonte: Elaboração própria, 2013.

Nota: Subtraímos as notícias repetidas e também as não encontradas.

Para realizar a tarefa que propomos, o *site Globo.com* foi acessado pelo navegador *Google Chrome*, onde as buscas foram realizadas. Acessando as notícias, uma a uma, foi possível salvá-las no formato *PDF*, e o nome do arquivo sugerido para ser salvo foi considerado o título da notícia. Dessa forma, quando as notícias coincidiam, o sistema emitia um alerta sinalizando que a página já havia sido salva. Assim, as notícias repetidas não foram gravadas, impedindo a coleta duplicada. A relação completa das notícias foi salva em computador no formato *PDF* e reunidas em uma pasta. Esses arquivos da pasta foram

¹⁶ De acordo com SOUZA (2013), o critério de atualidade é muito mais forte no veículo *on-line*, que publica um número de notícias bastante acima do que os veículos impressos.

transferidos para uma planilha do *Excel*, contendo título das notícias, editorias, data de entrada e tamanho do arquivo em *bytes*. Posteriormente, foram identificadas com destaque em amarelo (marca-texto) as palavras-chave nos textos (*download, baixar, música*) a fim de retirar aquelas notícias que não possuíam relação à prática a ser investigada nesta pesquisa e continham palavras soltas, sem relação com o tema ou associadas a outros significados. Entre os 895 resultados, do total, restaram 713 notícias, que serão analisadas nesta pesquisa (a listagem com os títulos dessas notícias está no Anexo I deste trabalho).¹⁷ Destas 713 notícias, identificamos 47 editorias no período investigado, é o que mostra a Tabela 6.

TABELA 6 – *Corpus* de notícias coletadas e divididas por editorias do *GI*

(Continua)

ITEM	EDITORIAS	COLETA
1	Música	220
2	Tecnologia	148
3	Pop & Arte	130
4	Tecnologia e Games	80
5	Games	24
6	Mundo	21
7	Zeca Camargo	11
8	Economia e Negócios	10
9	Pernambuco	6
10	Instante Posterior	4
11	Campinas e Região	3
12	Distrito Federal	3
13	Edição Rio de Janeiro	3
14	Pará	3
15	Vestibular e Educação	3
16	Amazonas	2
17	Bahia	2
18	Carros	2
19	Goiás	2
20	Paraná	2
21	Planeta Atlântida	2

¹⁷ Em relação às referências bibliográficas das notícias em formato eletrônico utilizadas neste trabalho (*corpus*), foi feita uma listagem à parte das demais publicações para facilitar a localização das notícias analisadas e que está disponibilizada, ao final deste trabalho, como o item 1 das referências, sendo o item 2 destinado às demais publicações (livros, textos acadêmicos etc.). Nessa listagem (item 1), constam as notícias efetivamente citadas ao longo deste texto, publicadas pelo portal de notícias *GI*, totalizando 136 notícias das 713 que compõem o *corpus*. Note-se que apenas algumas poucas notícias têm autoria e a entrada na listagem, nesse caso, será feita pelo nome do autor; porém, a maior parte dessas notícias não têm autoria e a entrada na listagem será feita pela primeira palavra do título da notícia. Também no intuito de facilitar a localização dessas notícias na listagem de referências, adotamos o padrão de inserir, no corpo do texto, a referência com sobrenome do autor ou primeira(s) palavra(s) do título, local de publicação (nome do jornal, no caso *GI*) e a data completa – com a indicação de dia, mês e ano –, já que os jornais eletrônicos não possuem número de página, a data completa passa a ser um dos principais elementos que caracterizam e ajudam na localização do material.

22	Política	2
23	São Carlos e região	2

TABELA 6 – *Corpus* de notícias coletadas e divididas por editorias do *GI*

(Conclusão)

ITEM	EDITORIAS	COLETA
24	Sem editoria	2
25	Sergipe	2
26	Sul de Minas	2
27	Triângulo Mineiro	2
28	Acre	1
29	Bienal do Livro Rio	1
30	Bienal do Livro SP 2012	1
31	Brasil	1
32	Campus Party Recife 2012	1
33	Ceará	1
34	Cinema	1
35	Definições	1
36	Dia das Crianças 2011	1
37	Itapetininga e região	1
38	Lollapalooza 2013	1
39	Mato Grosso	1
40	Piracicaba e região	1
41	Planeta Bizarro	1
42	Revolta Árabe	1
43	Ribeirão e Franca	1
44	Rio Grande do Sul	1
45	Rio Preto e Araçatuba	1
46	Santos e região	1
47	São Paulo	1
	Total	713

Fonte: Elaboração própria, 2013.

O programa de computador de análise qualitativa de dados intitulado NVivo10¹⁸ foi utilizado visando facilitar a organização e recuperação das fontes analisadas. O programa permitiu categorizar trechos de notícias, entre os aspectos políticos, econômicos, culturais e sociais adotados como capítulos, como veremos ao longo do trabalho, identificando o número de fontes citadas, assim como o número de trechos (recortes) de notícias por aspecto.

Dessa forma, identificamos 409 fontes (notícias) e 643 trechos destas foram destacados nos aspectos políticos (destes, 103 fontes foram relacionadas com a política de

¹⁸ Cf. <<http://www.qsrinternational.com/nvivo-portuguese>>

copyright, 77 fontes apontaram relação com pirataria e 48 fontes fizeram referências sobre download ou compartilhamento ilegal, entre outros temas).

Nos aspectos econômicos, identificamos 510 fontes (notícias), destacando 657 trechos das mesmas, cujos temas apresentados foram o *marketing* de produtos e serviços via *download* (160 fontes), lojas de música *online* (56 fontes), *games* (42 fontes), entre outros de menor ocorrência.

Entre os aspectos sociais, identificamos 76 fontes (notícias) com 110 trechos que fizeram referência ao maior acesso musical propiciado pelos sites de compartilhamento (24 notícias), alteração do gosto e da apreciação musical (17 fontes), entre outros de menor relevância numérica.

Nos aspectos culturais, identificamos 167 fontes (notícias) com 232 trechos destacados que apontaram relações com novas cenas musicais e divulgação musical na web (43 fontes), referências ao remix (32 fontes), maior interação entre artistas, fãs e usuários, assim como novas experiências de lazer e entretenimento relacionado à música (37 fontes), referência ao tecnobrega (4 fontes) que, embora numericamente menor que as demais temáticas, mereceu destaque em função de seu modelo de produção cultural baseado na pirataria e informalidade que contrasta com o *modus operandi* da indústria fonográfica.

Observamos que algumas notícias alimentaram, eventualmente, mais de um aspecto, dado o caráter difuso e multifatorial das notícias investigadas. Nesses casos, a seleção e análise por trechos de notícias foram utilizadas, justificando, novamente, o uso do programa. No conjunto das fontes, observamos algumas repetições e recorrências, seja dentro do aspecto analisado ou da temática identificada. Dessa forma, durante a escrita do trabalho foram citados os trechos das fontes (notícias) que foram mais representativos deste conjunto analisado¹⁹, visando possibilitar uma visão mais panorâmica deste conjunto. Ao mesmo tempo, algumas temáticas que foram negligenciadas no quesito quantitativo e qualitativo pelo portal G1, caso do Tecnobrega, mereceram destaques no trabalho pelas ambivalências apresentadas, que consideramos relevantes ao debate.

Investigar os discursos sobre o *download* de música como fenômeno cultural pode ajudar a compreender as tentativas de controle e as subversões em torno dos significados da cultura do consumo musical e, portanto, do lazer contemporâneo. A produção dessas dicotomias, entre o que é lícito e o que é ilícito, é cercada de controvérsias que pretendemos investigar.

¹⁹ Cerca de 136 fontes (notícias) foram citadas ao longo do trabalho dentro do conjunto das 713 notícias analisadas.

1.1 Sobre jornalismo, princípios editoriais e a Análise Crítica de Discurso

As Organizações Globo são uma empresa privada, fundada em 1925, com sede no Rio de Janeiro. Essa empresa atua na indústria da mídia, sendo o maior conglomerado da América Latina e inclui, entre seus produtos, a televisão, o rádio, o jornal e a *internet*. Nessa última, seu portal *Globo.com* (*G1*) foi lançado em 2000 e, desde 2006, firmou seu foco em quatro pilares: notícias, esportes, entretenimento e vídeos (BRITTOS; BOLAÑO, 2005).

O jornalismo *on-line* utiliza-se das diferentes possibilidades oferecidas pela *internet*, organizando-se em função do conteúdo e do grau de comunicação e participação dos usuários. Entre os quatro tipos de jornalismo *on-line* (sites de notícias; de indexadores e de categorias; de comentário e de partilha e discussão), o *site* de notícias é a forma de jornalismo *on-line* mais difundida, oferecendo conteúdo editorial e uma forma moderada e mínima de comunicação participante (CARDOSO, 2007).

Observamos que a característica principal da *internet* é aquilo que ela representa (comunicação digital, a interatividade na comunicação horizontal e vertical e acessibilidade global) e que marca um momento na história do jornalismo. Contudo, na essência, o jornalismo continua a ser desenvolvido de um modo relativamente convencional. A *internet* é vista mais como uma forma de atingir a audiência (CARDOSO, 2007).

Dessa forma, as alterações advindas com a *internet* e introduzidas no jornalismo foram quanto ao acesso aos arquivos e à memória produzida sobre algum assunto, por exemplo, e, embora o jornalismo não descarte o interesse da interação com a audiência, ele não a considera como um objetivo prioritário. A hipótese de partida para a caracterização do sistema de mídia na sociedade atual é que, “ao contrário do que muitas vezes sugerido o que o caracteriza não é a convergência tecnológica, mas sim a sua organização em rede” (ORTOLEVA, 2004 *apud* CARDOSO, 2007, p. 16).

Dessa maneira, a *internet* tornou-se um novo veículo para os jornais, rádio e televisão encontrarem novas formas de chegar ao seu público ou construir novos públicos. Também é um espaço de florescimento de muitos projetos coletivos ou individuais de apresentação de opiniões, notícias e informação das mais diversas, assim como também possibilita a todos consumir informação e entretenimento e, ao mesmo tempo, produzi-los (CARDOSO, 2007). A *internet*, de acordo com Cardoso, “apresentou-se como uma tecnologia mais moldável às necessidades jornalísticas, capaz de agregar uma massa de público potencial” (2007, p. 190). Nessa esteira, a expansão do uso da *internet* entre a população também coincide com um momento de profunda crise, a do funcionamento do jornalismo (CARDOSO, 2007).

No menu principal do *GI – site* de notícias da *Globo.com* – estão indicados os princípios editoriais das Organizações Globo, disponíveis para leitura em tela na íntegra e também para *download*.²⁰ Nesse documento, há uma carta aos acionistas, um preâmbulo contendo uma breve definição de jornalismo e mais três seções: I. Os atributos da informação de qualidade; II. Como o jornalista deve proceder diante das fontes, do público, dos colegas e do veículo para o qual trabalha; III. Os valores cuja defesa é um imperativo do jornalismo.

Na carta aos acionistas, o presidente, Roberto Irineu Marinho, e vice-presidentes, João Roberto Marinho e José Roberto Marinho, afirmam que as empresas jornalísticas das Organizações Globo agem de acordo com princípios que as conduziram a posições de grande sucesso. Ressaltam que na era digital, em que o indivíduo tem acesso a uma audiência ampla para divulgar o que quer que seja, “nota-se certa confusão entre o que é ou não jornalismo, quem é ou não é jornalista e como se deve proceder ou não quando se tem em mente o que é produzir informação de qualidade” (ORGANIZAÇÕES GLOBO, 2011, p. 1). Em função disso, segundo eles, as empresas que se dedicam a fazer jornalismo se veem obrigadas a expressar de maneira formal os princípios que seguem cotidianamente, a fim de que qualquer um verifique se a prática é condizente com a crença. Dito isso, seus autores explicitam aquilo que é imprescindível ao exercício, com integridade, da prática jornalística, cuja matéria-prima foi a experiência cotidiana de suas quase nove décadas de trabalho. Segundo o documento:

[...] jornalismo é o conjunto de atividades que, seguindo certas regras e princípios, produz um primeiro conhecimento sobre fatos e pessoas. [...] O jornalismo é aquela atividade que permite um primeiro conhecimento de todos esses fenômenos, os complexos e os simples, com um grau aceitável de fidedignidade e correção, levando-se em conta o momento e as circunstâncias em que ocorrem. É, portanto, uma forma de apreensão da realidade (ORGANIZAÇÕES GLOBO, 2011, p. 3).

Ao apontar o jornalismo como forma de apreensão da realidade, o texto defende:

Não se trata aqui de enveredar por uma discussão sem fim, mas a tradição filosófica mais densa dirá que a verdade pode ser inesgotável, inalcançável em sua plenitude, mas existe; e que, se a objetividade total certamente não é possível, há técnicas que permitem ao homem, na busca pelo conhecimento, minimizar a graus aceitáveis o subjetivismo (ORGANIZAÇÕES GLOBO, 2011, p. 3).

Para discutir essa questão, recorreremos a Souza (2013) que afirma que a imprensa sempre se apresentou como uma instituição acima de qualquer suspeita, ou seja, preocupada

²⁰ <<http://g1.globo.com/principios-editoriais-das-organizacoes-globo.html>>.

basicamente em transmitir a verdade aos integrantes das comunidades às quais ela se dirige. Trata-se de uma credibilidade autoassumida, adquirida junto com o título de posse do veículo.

A fim de contornar qualquer polêmica, os princípios editoriais optam em definir o jornalismo como atividade que produz conhecimento e adverte que o veículo cujo objetivo central seja convencer ou defender uma causa estará não na órbita do conhecimento, mas na órbita da luta político-ideológica. Dessa forma, segundo o documento, as Organizações Globo noticiam os fatos, analisa-os, opina, mas com a intenção consciente de não ter um viés, de tentar traduzir a realidade, no limite das possibilidades, buscando produzir conhecimento. Nesse sentido, problematizamos: quais seriam os conhecimentos produzidos pelo veículo sobre o *download* de música como prática social?

Embora o documento aborde inúmeros itens em forma de manual para seus jornalistas, algumas questões mais políticas e menos operacionais merecem destaque. Dentre elas, os atributos da informação de qualidade – isenção, correção e agilidade – incluem uma série de dizeres para cada atributo com a discriminação em tópicos ordenados de A a Z. Entre eles, destacamos elementos que parecem úteis a este trabalho:

1) Isenção

Neste item, o documento afirma que se busca abordar os diversos ângulos que cercam os acontecimentos, acolhendo o contraditório e, afirma ainda, que as Organizações Globo são apolíticas, laicas, repudiam todas as formas de preconceito, são independentes de governos e grupos econômicos e são entusiastas do Brasil (de sua diversidade, de sua cultura e de seu povo).

Nesse sentido, segundo Bourdieu, o “campo da mídia e do jornalismo possui uma característica específica que os diferencia dos outros campos de produção cultural – é o que possui menos resistências diante das forças externas e o polo comercial” (BORDIEU, 2000 *apud* CARDOSO, 2007, p. 193), estendendo a sua atuação aos efeitos sociais, culturais e políticos. O desempenho do papel social da mídia é realizado em um contexto de concentração empresarial de vários meios de comunicação que pode resultar em uma séria ameaça ao pluralismo e à salvaguarda do cumprimento do seu papel de defesa da democracia (CARDOSO, 2007). O maior desses efeitos seria a escolha e interpretação dada à informação noticiosa, produzindo, em primeiro lugar, a despolíticação em detrimento de concepções éticas e, em segundo lugar, a uniformização como um fenômeno circular de fechamento ao mundo social por parte das elites do jornalismo, copiando-se entre si, criando barreiras ao debate democrático.

De acordo com Cardoso (2007), as mídias contribuem para a troca e a circulação de informações vitais para as democracias modernas, pelo modo como transforma a percepção da realidade para os cidadãos e, por outro lado, podem se transformar em instrumento de reprodução e dominação social pela perversão do debate público e das atividades de reflexão e criação.

Ainda segundo os princípios editoriais das Organizações Globo, o atributo *isenção*, inclui:

A reportagem terá de trazer a versão da pessoa acusada, de forma ampla, se ela se dispuser a falar. [...] Denúncias e acusações, feitas em entrevistas por pessoas devidamente identificadas, que desfrutam de credibilidade, pelo cargo ou história que possuem, podem ser publicadas, sem investigação própria, desde que acompanhadas pela versão dos acusados, quando estes se dispuserem a falar. (ORGANIZAÇÕES GLOBO, 2011).

Observamos até aqui que, em se tratando dos acusados, de *download* ilegal,²¹ por exemplo, o espaço destinado a esses era nitidamente muito menor do que o espaço dado para a versão dos acusadores. Além disso, os acusados dessa prática ilegal não entendiam o motivo de serem processados²² e nem por isso o *site* de notícias se dispôs a debater a questão, produzindo um “marketing do medo”.²³

2) Correção

Para os princípios editoriais das Organizações Globo, correto é procurar descrever e analisar os fatos de maneira mais acurada, dadas as circunstâncias do momento. Segundo o documento, as informações, para ser publicadas, devem ser confirmadas pelo maior número de fontes possível, exceção feita às informações oficiais, de entidades públicas ou privadas, o que nos parece ser bastante questionável.

²¹ Esse aspecto será mais amplamente discutido no primeiro capítulo, “Aspectos políticos do *download* de música”.

²² Veja-se, por exemplo, o caso de um francês condenado pela justiça e que foi noticiado pelo portal *GI* em julho de 2009: “De acordo com o especialista em informática aposentado, ele levou um ano inteiro para acumular a ‘coleção’ e que ela era usada apenas para consumo próprio, e não para comercialização. Ele alegou que pensava estar agindo dentro da lei” (FRANCÊS..., *GI*, 6/07/2009). Cf. <<http://g1.globo.com/Noticias/Tecnologia/0,,MUL1220001-6174,00-FRANCES+E+CONDENADO+POR+DOWNLOAD+ILEGAL.html>>.

²³ Expressão utilizada por Luciano Cadari quando da acusação de pirataria pela autoria do programa de compartilhamento K-Lite Nitro e registrada na matéria: “Gravadoras obtêm decisão inédita contra troca de arquivos no Brasil”, publicada no portal *GI* em setembro de 2009. Cf. <<http://g1.globo.com/Noticias/Tecnologia/0,,MUL1309833-6174,00-GRAVADORAS+OBTEM+DECISAO+INEDITA+CONTRA+TROCA+DE+ARQUIVOS+NO+BRASIL.html>>.

Como no caso acima, no tópico anterior sobre “isenção”, em que o debate se fez necessário, o documento aponta que, em reportagens que requeiram conhecimento técnico, a consulta a especialistas deve ser obrigatória e deve-se ouvir sempre mais de um especialista quando o assunto for controverso, somando aos recursos explicativos que facilitem o entendimento. Fazemos ressalva que, por vezes, nas notícias, especialistas não foram acionados e, quando foram, nem sempre representaram a diversidade dos interesses.

3) Agilidade

De acordo com o documento, a informação tem de ser prestada no menor espaço de tempo da melhor maneira possível. Nesse sentido, de acordo com Souza (2013), a busca incessante pela atualização da informação, também acarreta em males, uma vez que a velocidade é consumida como fetiche, pois chegar na frente torna-se mais importante do que dizer a verdade. A necessidade de se veicular a notícia o mais rápido possível faz com que os jornalistas não possam dispender tempo com uma apuração mais detalhada e com a demora de fontes oficiais, sob o risco de perder leitores para a concorrência.²⁴ Segundo o autor:

[...] divulgar informações sobre as quais não tem certeza; reduz, quando não anula, a possibilidade de reflexão no processo de produção da notícia, o que não apenas aumenta a probabilidade de erro como, principalmente e mais grave, limita a possibilidade de matérias com ângulos diferenciados de abordagem, capazes de provocar questionamentos no leitor; e [...] praticamente impossibilita a ampliação do repertório de fontes, que poderiam proporcionar essa diversidade (SOUZA *et al*, 2013, p. 6).

Na seção II, “Como o jornalista deve proceder diante das fontes, do público, dos colegas e do veículo para o qual trabalha”, ressaltamos a orientação ao jornalista diante do público: “Todo veículo jornalístico tem uma responsabilidade social. [...] é legítima a preocupação com os efeitos maléficos que uma informação pode causar à sociedade” (ORGANIZAÇÕES GLOBO, 2011, p. 20).

Dessa forma, ciente de que em todo discurso há ideologia²⁵ e que essa pode reforçar ou transformar relações de poder desiguais, precisamos aprender a problematizar as maneiras

²⁴ A produção de receitas no jornalismo está vinculada à audiência (rentabilização por visualização). Nesse contexto, os conteúdos noticiosos são cada vez mais preparados como bens de consumo, aproximando as notícias de um produto para entretenimento (CARDOSO, 2007).

²⁵ Concordamos com Fairclough que entende que as “ideologias são significações/construções da realidade (mundo físico, relações sociais, identidades sociais) que são construídas em várias dimensões das formas/sentidos das práticas discursivas e que contribuem para a produção, a reprodução ou a transformação das relações de dominação. Tal posição é semelhante à de Thompson (1984, 1990), de que determinados usos da

de ler, levando o leitor-internauta a se colocar questões sobre o que lê nas diferentes manifestações da linguagem. Nas palavras de Eni Orlandi:

Saber que não há neutralidade nem mesmo no uso mais aparentemente cotidiano dos signos. A entrada no simbólico é irremediável e permanente: estamos comprometidos com os sentidos e o político. Não temos como não interpretar. Isso, que é contribuição da análise de discurso, nos coloca em estado de reflexão e, sem cairmos na ilusão de sermos conscientes de tudo, permite-nos ao menos sermos capazes de uma relação menos ingênua com a linguagem (ORLANDI, 2013, p. 9).

O funcionamento da linguagem põe em relação sujeitos e sentidos afetados pela língua e pela história, constituindo-os. Ainda segundo essa autora:

A condição da linguagem é a incompletude. Nem sujeitos nem sentidos estão completos, já feitos, constituídos definitivamente. Constituem-se e funcionam sob o modo do entremeio, da relação, da falta, do movimento. Essa incompletude atesta a abertura do simbólico, pois a falta é também o lugar do possível. Entretanto, não é porque o processo de significação é aberto que não seria regido, administrado (ORLANDI, 2013, p. 52).

Da mesma forma, concordamos com Fairclough (2001) quando esse afirma que, embora a forma e conteúdo dos textos tragam o carimbo dos processos e estruturas ideológicas, não é possível “ler” as ideologias nos textos, porque os processos ideológicos pertencem aos discursos como eventos sociais completos – são processos entre as pessoas – não apenas aos textos que são momentos de tais eventos, daí a necessidade de uma análise que contemple as várias dimensões da análise do discurso (textual, discursiva e social).

Ainda segundo Fairclough, as ideologias, construídas pelos discursos e práticas, podem ser mais ou menos naturalizadas e automatizadas, e as pessoas podem achar difícil compreender que suas práticas cotidianas poderiam ter investimentos ideológicos específicos. Mesmo quando uma prática pode ser interpretada como de resistência, contribuindo para a mudança ideológica, os sujeitos não estão necessariamente conscientes dos detalhes de sua significação ideológica. Essa é uma razão para se defender uma modalidade de “educação linguística que enfatize a consciência crítica dos processos ideológicos no discurso, para que as pessoas possam tornar-se mais conscientes de sua própria prática e mais críticas dos discursos investidos ideologicamente a que são submetidas” (FAIRCLOUGH, 2001, p. 120).

linguagem e de outras formas simbólicas são ideológicos, isto é, os que servem, em circunstâncias específicas, para estabelecer ou manter relações de dominação” (FAIRCLOUGH, 2001, p. 117).

O autor reconhece que as hegemonias têm dimensões ideológicas e que isso fortalece o conceito de investimento político das práticas discursivas ao estabelecer a reprodução, a reestruturação ou desafiar as relações de poder. Dessa maneira, é preciso avaliar o investimento ideológico das práticas discursivas, já que o funcionamento da ideologia na linguagem tem como principal objetivo tornar naturalizado para os participantes aquilo que, na verdade, é de interesse de um grupo social, ou seja, a ideologia “leva para o terreno do senso comum representações sobre o mundo que manifestam o interesse de um determinado grupo ou classe social, como se fosse algo neutro, universal ou de interesses de todos” (BONFIM, 2002, p. 8).

Os textos são uma faceta da luta hegemônica que contribui em graus variados para a reprodução ou transformação não apenas de ordem de discurso existentes, mas também das relações sociais e assimétricas existentes. A luta hegemônica inclui diferentes atores sociais em que é possível identificar desigualdades entre diferentes níveis e domínios. Sendo assim, os estudos sobre a língua e sobre a comunicação são fundamentais para permitir um conhecimento sobre como, “pelos nossas práticas, geramos e vivemos uma cultura da virtualidade real e como ela influencia, condiciona e promove os nossos projetos de autonomia” (CARDOSO, 2007, p. 28).

Com a Análise do Discurso, então, procura-se compreender a língua fazendo sentido, enquanto trabalho simbólico, como parte do trabalho social geral, constitutivo do homem e da sua história. Segundo Orlandi (2013), na análise de discurso, não se toma o texto como ponto de partida absoluto (dadas as relações de sentido) nem de chegada. Um texto é só uma peça de linguagem de um processo discursivo bem mais abrangente e é assim que deve ser considerado. A Análise de Discurso, de acordo com a autora, concebe a linguagem como mediação necessária entre o homem e a realidade natural e social. Essa mediação, que é o discurso, torna possível tanto a permanência e continuidade quanto o deslocamento e a transformação do homem e da realidade em que ele vive: “O trabalho simbólico do discurso está na base da produção da existência humana” (ORLANDI, 2013, p. 15).

Também os silenciamentos nos discursos investigados nos interessam. Conforme Orlandi nos alerta, a identificação daquilo que não é dito, o que é silenciado, precisa ser feita:

Os dizeres não são apenas mensagens a serem decodificadas. São efeitos de sentido que são produzidos em condições determinadas e que estão de alguma forma presentes no modo como se diz, deixando vestígios que o analista de discurso tem de apreender. São pistas que ele aprende a seguir para compreender os sentidos aí produzidos, pondo em relação o dizer com sua exterioridade, suas condições de produção. Esses sentidos têm a ver com

o que é dito ali, mas também em outros lugares, assim como com o que não é dito, e com o que poderia ser dito e não foi. Desse modo, as margens do dizer, do texto, também fazem parte dele (ORLANDI, 2013, p. 30).

Assim, o ofício do analista é constituir um dispositivo de análise que permita evidenciar o trabalho da ideologia, já que o texto funciona como objeto simbólico.

A fim de operacionalizarmos um dispositivo de análise, recorreremos novamente a Fairclough (2001) que entende o discurso como prática social, trazendo algumas implicações. Entre elas, entendendo o discurso como uma forma de ação, uma forma com a qual as pessoas podem agir sobre o mundo e sobre os outros, produzindo também uma relação próxima entre o discurso e a estrutura social (relações de poder, lutas sociais). Sendo assim, o discurso é tanto uma representação de mundo quanto uma prática social, já que manifesta o significado do mundo e, ao mesmo tempo, dá significado a ele.

Para Bonfim (2002), os três estágios da Análise de Discurso são apresentados da seguinte forma: descritivo, luta entre as palavras para constituir o significado dominante; interpretativo, relação estabelecida entre os participantes, e explicativo, discurso como parte de um processo social, mostrando como ele é determinado pelas estruturas sociais – relações de poder e lutas sociais – e que efeitos reprodutivos ou discursivos podem ter sobre tais estruturas, sustentando-as ou modificando-as.

Para Orlandi (2013), da mesma forma, as etapas de análise constituem-se no percurso: 1ª etapa, passagem da superfície linguística para o texto discursivo; 2ª etapa, passagem do objeto discursivo para a formação discursiva, e 3ª etapa, passagem do processo discursivo para a formação ideológica. Para a autora, na primeira etapa, desfaz-se a ilusão de que aquilo que foi dito só poderia sê-lo daquela maneira, desnaturalizando a relação palavra-coisa. Na segunda etapa, o analista busca relacionar as formações discursivas distintas com a formação ideológica que rege essas relações. Na terceira etapa, trabalhar a exposição do sujeito à historicidade, à ideologia, na sua relação com o simbólico.

Buscou-se construir este trabalho inspirado pelas ideias da análise crítica do discurso. Ainda que não tenhamos nos restringido e seguido, categoricamente, o método de nenhum autor em específico, buscamos respeitar os aspectos descritivos e interpretativos que atravessam os autores aqui abordados – Orlandi (2013), Bonfim (2002), Van Dijk (2012) e Fairclough (2001) – que revelam, por exemplo, uma ação política em curso, assim como buscamos identificar intenções, propósitos, objetivos ou alvos dessas ações, a escolha do conhecimento social e político compartilhado e considerado relevante, as opiniões relevantes ativadas, entre outros aspectos (VAN DIJK, 2012).

Por fim, reconhecemos a relevância do jornalismo, não só na projeção social dos assuntos sociais, mas também no enquadramento desses assuntos como fontes de informação e de formação da opinião pública, moldando percepções da realidade. Seu grande efeito é não apenas refletir e representar entidades e relações sociais, mas contribuir para a construção e a constituição das sociedades contemporâneas, o que reitera a relevância de investigações, como a deste trabalho, que problematizem quais contribuições determinados discursos deixam para a sociedade que será construída.

2 CAPÍTULO 1: ASPECTOS POLÍTICOS DO DOWNLOAD DE MÚSICA NA INTERNET

Neste capítulo, abordaremos as notícias relativas aos interesses políticos e conflitos decorrentes, seja pela criminalização do *download* gratuito de música ou por sua liberação, tanto por parte da indústria fonográfica, pela ação dos governos – via legislação própria – ou pelos artistas, que foram citados pelo portal de notícia *GI*.

Os temas deste capítulo incluem: 1. Os processos e condenações de usuários pela prática do *download*, assim como o fechamento de *sites* e redes de compartilhamento de música; 2. As contradições, os paradoxos de toda ordem de interesses conflitantes no setor da música; 3. A opinião ora convergente, ora divergente de artistas a respeito do modelo de negócios em vigor a partir do *copyright* e leis de direito autoral como instrumentos de proteção aos seus direitos; 4. As legislações que surgiram no período como reflexo de acordos que previam estabelecer padrões internacionais para o cumprimento da legislação de propriedade intelectual.

Consideramos que o tema explorado neste estudo se constitui um terreno no qual ocorre intensa luta social e política, pois está condicionado e permeado por relações de poder em que significados são produzidos, partilhados e disputados por meio das mais diversas práticas – ciberativistas – e instituições. O lazer como dimensão da cultura comporta, portanto, práticas de produção e reprodução cultural, constituindo-se como tempo e espaço de conflito e disputa entre diferentes estratos e atores sociais que buscam reforçar ou subverter modelos hegemônicos.

No entanto, nem sempre parece claro identificar conflitos ideológicos por meio das notícias de veículos pertencentes aos grandes conglomerados midiáticos. Tais veículos constituem parte de concentrados grupos empresariais, o que, em grande medida, ameaça o pluralismo de ideias e compromete a salvaguarda do cumprimento do seu papel de defesa da democracia por meio da escolha e interpretação dada à informação noticiosa. Esse fato perverte o debate público e a atividade de reflexão, como vimos no tópico 1.1. Por meio desse *modus operandi*, o jornalismo neutraliza possíveis disputas quando o assunto são os serviços da rede, principalmente entre os veículos conservadores – que têm interesses econômicos – e os contestadores – que têm interesses éticos (o que é justo) e estéticos (aspectos relacionais), por exemplo. Por vezes, essas disputas são silenciadas ou invisibilizadas, dadas as desiguais condições de exercício de poder entre os diferentes atores desta arena, tendo em vista que poucos desses sujeitos são acionados na construção das notícias, afetando a diversidade dos

interesses e enviesando sentidos. Algumas dessas relações conflitantes serão motivo de nossa análise a seguir.

2.1 “Campanha Internacional contra a Pirataria começa no Rio”²⁶

A Campanha Internacional contra a Pirataria, que começou no Rio e foi anunciada pelo *GI* em 17 de outubro de 2006, teve como responsáveis 16 países vinculados à entidade *International Federation of the Phonographic Industry* (IFPI), em português, Federação Internacional da Indústria Fonográfica, que representa os interesses de 1.300 gravadoras em 66 países no mundo,²⁷ e que tem como maior política o combate à violação dos direitos autorais, incluindo o combate à pirataria. Segundo a notícia, que dá título a este subtópico, a campanha foi liderada, no Brasil, pela Associação Brasileira de Produtores de Discos (ABPD):

A Associação Brasileira de Produtores de Disco (ABPD) começa nesta terça-feira (17) uma campanha educativa para alertar sobre os riscos do crime de pirataria. [...] Baixar música pela internet é crime previsto pelo Código Penal e pelo Código Civil. Dependendo da gravidade do caso, o infrator pode ser punido com pena de reclusão por violação de direito autoral e, ainda, pagar multa. No Brasil, no entanto, ainda há poucas pessoas sendo punidas pelo crime. O principal foco da campanha, no entanto, não é punir o usuário eventual, mas sim aqueles que fazem uso frequente da pirataria (LOUREIRO, *GI*, 17/10/2006).²⁸

A ABPD, entidade citada como responsável pela ação no Rio de Janeiro, compõe a IFPI. A campanha buscou alertar sobre os riscos do crime de pirataria, que consistia em baixar música pela *internet*, por violação de direitos autorais, cuja pena incluía reclusão e multa. Embora aponte que o foco da campanha seria aqueles usuários que fazem uso frequente da “pirataria”, um parâmetro de uso não foi considerado. Logo, a campanha alcançaria todos aqueles usuários que baixassem música na *internet*, sem distinções.

²⁶ Título de reportagem de Cláudia Loureiro publicada no portal *GI* em 17 de outubro de 2006. Cf. <<http://g1.globo.com/Noticias/Rio/0,,AA1313396-5606,00.html>>.

²⁷ Membros da IFPI: <<http://www.ifpi.org/members.php>>.

²⁸ Todas as citações retiradas da mídia eletrônica e utilizadas nesta pesquisa não sofreram qualquer tipo de revisão e normalização com o intuito de não as descaracterizar e manter a fidelidade aos originais, uma vez que o padrão adotado pela imprensa é diferente do adotado pela comunidade acadêmica. Existe um manual de estilo da imprensa americana que costuma ser adotado também pela imprensa e mídia na maior parte do mundo, conhecido como *The Associated Press Stylebook and Briefing on Media Law* ou, simplesmente, *AP Stylebook*. Normalmente, esse manual é adaptado pelos jornais e revistas que disponibilizam uma listagem de A a Z com orientações para seus profissionais sobre o uso de maiúsculas e minúsculas, abreviaturas, ortografia, numerais e usos e costumes próprios de cada cultura e língua.

O foco da campanha coincide, segundo a notícia, com a queda da comercialização ilegal de *CDs* piratas devido à ação do governo federal e ao número significativo de *downloads* “ilegais” no país. Ações sistematizadas vinham ocorrendo desde a criação de uma Comissão Parlamentar de Inquérito, a CPI da Pirataria, em maio de 2003.²⁹ O principal resultado dessa CPI havia sido a criação do “órgão público de inteligência”, o Conselho Nacional de Combate à Pirataria (CNPC)³⁰ para articulação e implantação de políticas públicas de combate à pirataria, vinculado ao Ministério da Justiça.

Portanto, o principal alvo desta campanha educativa, segundo Eduardo Rajo, diretor da ABPD, era a pirataria na *internet* (digital) e não a pirataria física do *CD*, pois considerava-se que havia ocorrido uma migração do “delito” para a *internet* (LOUREIRO, *GI*, 17/10/2006). Essa campanha internacional foi motivada, no Brasil, em função de, em 2005, mais de um bilhão de arquivos³¹ terem sido baixados no país segundo informações de outra notícia – “Em 2005, 1,1 bilhão de downloads ilegais foram feitos no Brasil” – também veiculada pelo *GI* na mesma data da já citada notícia de Cláudia Loureiro. Paulo Rosa, diretor geral da ABPD, afirma que, segundo a pesquisa empreendida pela associação, o objetivo do alerta ao crime não seria o processo com consequente multa, mas “fazer com que os usuários entendam a dimensão da ilegalidade que eles estão cometendo” (EM 2005..., *GI*, 17/10/2006). Logo, a intenção seria a mudança de comportamento do usuário que, a princípio, estaria prejudicando as vendas nos canais oficiais autorizados pelas gravadoras para consumo de música, mesmo que outros discursos – como a desvalorização do artista (direitos autorais) pelo “roubo” do usuário – tenham sido acionados para a construção discursiva na notícia. Observamos, então, que o alvo da campanha era a pirataria na *internet* e não a pirataria física do *CD*, em função da migração³² do “delito” para a *web*.

²⁹ A CPI da Pirataria, instaurada em maio de 2003 (com atividades entre junho de 2003 a junho de 2004), teve como finalidade investigar fatos relacionados à pirataria de produtos e serviços industrializados (bebidas, cigarros, livros, *CDs*, *DVDs*, *softwares*, produtos farmacêuticos, óculos, peças automotivas, TV por assinatura, notebooks etc.) e à sonegação fiscal. A CPI compreendeu a pirataria como “toda espécie de adulteração e falsificação de produtos, promovendo com isto incalculáveis prejuízos ao consumidor e estupendo desvio de impostos que poderiam ser revertidos em serviços públicos visando ao bem-estar da população brasileira” (RELATÓRIO FINAL DA CPI DA PIRATARIA, 2004, p. 9).

³⁰ Cf. <<http://portal.mj.gov.br/main.asp?ViewID=%7BD6459A18-45AF-4FD7-B3C8-5013078ECE73%7D¶ms=itemID=%7B78C7CF7F-AECB-49DE-B93F-694C38FFCB5E%7D;&UIPartUID=%7B2868BA3C-1C72-4347-BE11-A26F70F4CB26%7D>>.

³¹ De acordo com pesquisa realizada pela Associação Brasileira dos Produtores de Disco (ABPD) e disponibilizada na notícia intitulada: “Em 2005, 1,1 bilhão de downloads ilegais foram feitos no Brasil”, de 17 outubro de 2006. Cf. <<http://g1.globo.com/Noticias/Rio/0,,AA1314168-5606,00.html>>.

³² Fala de Eduardo Rajo, diretor da ABPD, citada na já referida reportagem de Cláudia Loureiro (2006). Cf. <<http://g1.globo.com/Noticias/Rio/0,,AA1313396-5606,00.html>>.

Após o lançamento dessa campanha internacional contra a pirataria, identificamos uma série de notícias com ações da Polícia Federal em operações “para combater pirataria na internet” (PF REALIZA..., *GI*, 1/07/2008) visando fazer apreensões e buscas, que poderiam resultar em “prisões em flagrante” (Idem, *GI*, 1/07/2008), por mídias de distribuição de conteúdo pirata e informações contidas em seus computadores, caso se verificasse que o material fosse destinado à comercialização ilegal, como sugerem os trechos a seguir:

Os detidos em flagrante tinham mídias para distribuição de conteúdo pirata ou disponibilizavam essas informações contidas em seus computadores via download na internet. Entre o conteúdo comercializado ilegalmente pelos investigados estão aplicativos, games, músicas, filmes e seriados. Eles responderão pelo delito de violação de direito autoral, além do crime previsto na lei de proteção a direitos autorais de software. Nos dois casos, a pena máxima é de quatro anos de reclusão (CARPANEZ, *GI*, 1/07/2008).

Os investigados, diz a PF, comercializam ilegalmente na internet aplicativos, games, músicas, filmes e seriados protegidos por direitos autorais. A operação I-Commerce (referência ao comércio eletrônico ilegal, ou Illegal-Commerce) é resultado de investigações baseadas em representações de associações protetoras dos direitos autorais encaminhadas ao Conselho Nacional de Combate à Pirataria e Delitos Contra a Propriedade Intelectual (CNPC), órgão ligado ao Ministério de Justiça (PF REALIZA..., *GI*, 1/07/2008).

Em ambas notícias, o comércio ilegal é citado, o que existe respaldo para a criminalização nas leis brasileiras, de acordo com a Lei de Direitos Autorais (Lei n. 9610/1998), como veremos adiante. Entretanto, como identificar que os arquivos contidos em um computador eram destinados ao comércio ilegal? Dessa maneira, manter arquivos no disco rígido do computador tornaria qualquer usuário em potencial criminoso, o que carece de ponderação, pois existem limitações nos direitos autorais que devem ser compreendidos – reprodução de uso privado do copista sem intuito de lucro – e ampliados, como é determinado, por exemplo, na Lei de Direitos Autorais, para o caso de obras literárias.

O que nos chama a atenção no primeiro trecho citado acima – retirado da notícia “Operação da PF contra pirataria prende 7 pessoas em 4 Estados”, de Juliana CarpaneZ – é, portanto, o fato de representar o *download* como crime previsto no Código Penal e no Código Civil, assim como associá-lo à violação de direitos autorais, o que seria considerado pirataria. Contudo, parece-nos claro que condutas com motivações e orientações distintas – uso privado e sem intuito de lucro, por exemplo – acabam por serem reunidas sob o mesmo rótulo.

Assim como a autora Cândida Moraes (2010), entendemos que, apesar de confusa, a definição da pirataria por parte da indústria cultural não remete necessariamente ao lucro do

pirata, mas à ausência de retorno financeiro para a grande indústria. Em outras palavras, a característica fundamental da pirataria para a indústria é ser um problema para o modelo de negócio em que os produtos culturais são reconhecidos como objetos dotados de valor de mercado.

De acordo com a referida autora, a pirataria, nesse sentido, não envolve única e exclusivamente a motivação de lucro direto diante da cópia da obra. É possível ao usuário realizar uma cópia para si próprio – pois permite o acesso independente da conexão à *internet*, por exemplo, possibilitando também trocas (produzindo novas cópias) e recriações – bem como ver um vídeo disponibilizado no *YouTube* que, a princípio, seria protegido por direitos autorais e a indústria ainda assim rotular seu comportamento como pirataria. Dessa forma, a razão que leva o indivíduo ao consumo da cópia é muito vasta.

Para compreender melhor os tipos de *pirata* e de *pirataria*, nos quais o *download* de música na *web* parece comumente associado, Moraes nos apresenta um esquema evidenciando a diversidade de tais práticas agregadas sob a mesma denominação. Os exemplos a seguir (MORAES, 2010) são esclarecedores e serão úteis, pois várias destas práticas serão identificadas nas notícias ao longo deste trabalho:

1. Comércio informal: trata-se da maneira mais visível de acesso ao produto pirata no Brasil pela presença dos ambulantes e barracas de camelôs nas ruas das cidades. Apesar de não ser realizada na *internet*, é a partir dessa e dos suportes tecnológicos disponíveis que tal comércio se torna possível e viável.
2. Indexação de arquivos: refere-se à tentativa de organizar o conteúdo de forma que o usuário na rede encontre os produtos mais facilmente. *Sites* como *Napster*, *TPB (The Pirate Bay)* e a comunidade brasileira “Discografias” que funcionava no *Orkut* são exemplos de indexadores de arquivos na *internet*. Não armazenam os documentos em si, apenas indicam *links* de *download* de conteúdo disponível na rede. Todos os exemplos citados foram retirados do ar por ordem judicial.
3. Disponibilização via *streaming*: refere-se à disponibilização de conteúdos, como música e vídeos, para apreciação, mas que não são possíveis de serem baixados ou gravados, ao menos a princípio, em função dos direitos autorais. Apesar de estar sendo considerado uma alternativa à pirataria, o *streaming* também pode servir a essa lógica. Verificamos este uso em rádios *on-line* como alternativa legal do usuário ter acesso a determinados produtos na rede sem violar os direitos autorais do artista, entretanto

ocorre também de materiais serem publicados sem a devida autorização e, por mais que estejam em *streaming*, pode ser caracterizado como pirataria.

4. Processos de remixagem: diz respeito à combinação de conteúdos protegidos por direitos autorais com o objetivo de criar um novo produto a partir dessa prática. Diversos materiais são recombinaados e disponibilizados na *internet* não apenas seguindo a mesma lógica de criação e produção, mas utilizando trechos de produtos culturais que não estão liberados para tal uso.
5. Execução pública: refere-se à atividade de executar publicamente uma obra sem a devida autorização. Nesse caso, o lucro pode fazer parte do processo e advir diretamente do produto executado (no caso de exibição de um filme, por exemplo) ou este apenas fazer parte de uma ambientação, como no caso de uma boate que executa músicas sem a devida autorização ou sem o correto pagamento ao Escritório Central de Arrecadação e Distribuição (ECAD).
6. Execução particular: refere-se ao *download* ou cópia para o próprio uso. Sabe-se que há produtos em que é permitida uma única cópia com esse objetivo, como o caso de *software*, porém, no caso de *download* de jogos, músicas ou filmes, a situação é caracterizada como pirataria. Há ainda os casos em que é permitida a cópia de trechos, mas não da obra completa como é o caso de livros.
7. Transferência de suporte: diz respeito à transferência de dados de um *CD/DVD/Blu-ray* ou qualquer outro dispositivo com conteúdo protegido por direito autoral para um computador, *MP3 player* ou outro suporte. Isso significa que, mesmo tendo adquirido um *CD* de músicas em uma loja, o usuário não pode transferir as canções para o seu computador ou outro *player*, caracterizando assim a violação de direito autoral e, conseqüentemente, a pirataria.

Nesta arena, embora as ações da Polícia Federal citadas nos trechos das notícias fossem em busca do comércio informal (tipo 1), a mera existência de arquivos baixados da *internet* para o disco rígido do computador poderiam sugerir ao usuário outros “crimes”, como a indexação de arquivos em *sites* de compartilhamento, disponibilização via *streaming*, remixagem, execução pública ou transferência de suporte, o que levou, posteriormente, a um excesso de vigilância na rede produzido por meios jurídicos (leis) que foram impostos aos governos pela indústria fonográfica. Esse seria o suposto perfil do “pirata” que a campanha, arbitrariamente, visaria a alcançar, educar e punir, sem distinções.

Dito isso, observamos que o termo “pirataria”, enquanto crime, não está presente no Código Penal, nem no Código Civil, nem na Lei de Direitos Autorais. O que consta no Código Penal é a violação ao direito autoral, em especial, no seu Art. 184:

§ 1º Se a violação consistir em reprodução total ou parcial, com intuito de lucro direto ou indireto, por qualquer meio ou processo, de obra intelectual, interpretação, execução ou fonograma, sem autorização expressa do autor, do artista intérprete ou executante, do produtor, conforme o caso, ou de quem os represente: (Redação dada pela Lei nº 10.695, de 1º.7.2003) Pena - reclusão, de 2 (dois) a 4 (quatro) anos, e multa (Redação dada pela Lei nº 10.695, de 1º.7.2003) (BRASIL, 2003).

Como verificamos a partir da tipologia anterior, a execução particular ou reprodução total ou parcial como prática social a ser combatida na campanha não nos parece apresentar intuito de lucro direto ou indireto, servindo exclusivamente ao uso próprio. Sobre esta questão, esclarece Lemos:

O avanço tecnológico provocou uma modificação específica no direito penal brasileiro. De forma a atender a crescente pressão dos interesses dos detentores de propriedade intelectual, certas violações a direitos autorais passaram a ser criminalizadas, especialmente aquelas relativas à violação dos “direitos conexos”.³³ Isso foi feito em 1º de julho de 2003, com a edição da Lei nº 10.695, que modificou o art. 184 do Código Penal. O direito penal brasileiro foi modificado então para criminalizar não só as violações ao direito do autor, como dispunha o Código Penal antes da alteração³⁴, mas agora também as violações aos direitos conexos, de produtores, intérpretes e executantes (LEMOS, 2005, p. 160).

A notícia inicial, “Campanha Internacional contra a pirataria começa no Rio” (LOUREIRO, *GI*, 17/10/2006), dessa maneira, contempla o ponto de vista da indústria e outros atores sociais não participaram da construção desse discurso, fragilizando a isenção como princípio jornalístico.

O autor observa ainda que o direito brasileiro, apesar de tentar considerar o equilíbrio de interesses entre propriedade intelectual e o direito à informação, acabou por “gerar uma

³³ Segundo o autor, a expressão “direitos conexos” é empregada em tratados internacionais dos quais o Brasil é signatário e corresponde ao direito de artistas, intérpretes, executantes, produtores, organismos de radiodifusão e outros, derivados originariamente do direito autoral. O Convênio de Roma e a Convenção para a Proteção aos Produtores de Fonogramas contra a Reprodução não Autorizada de seus Fonogramas, realizada em 1971 em Genebra, ambas assinadas pelo Brasil, tratam desses direitos conexos (LEMOS, 2005).

³⁴ Importante destacar que a alteração no Código Penal coincide com o período de realização da CPI da Pirataria (30 de maio de 2003 a 09 de junho de 2004). Uma de suas recomendações era a alteração do Artigo 184 do Código Penal. Alteração essa realizada antes mesmo do fim das apurações da CPI. A Lei 10695, que altera e acresce ao Art. 184, data de 1º de julho de 2003.

série de imprecisões que podem afetar a inovação tecnológica no país, bem como a repressão a atividades legítimas, por causa da ausência de segurança jurídica derivada da falta de clareza do texto legal” (LEMOS, 2005, p. 160). Segundo ele, o que tem sido bastante debatido no Brasil, é se a mera troca de arquivos pela *internet* configuraria a hipótese de lucro direto ou indireto, ainda que dela não seja derivado nenhum ganho financeiro. Nessa disputa, então, milhões de usuários no Brasil poderiam estar cometendo a infração penal descrita, segundo interpretação da lei.

Dessa maneira, ainda de acordo com Lemos, a interpretação de lucro direto ou indireto pode e deve ser restringida para compreender lucro apenas como resultado econômico de atividade empresarial, tal como o conceito é tratado, por exemplo, na legislação tributária ou na legislação societária:

Assim, a interpretação razoável é de que lucro corresponde ao resultado da atividade do empresário, que organiza os fatores de produção, obtendo ganho que supera o investimento organizacional. Ele é direto quando auferido pelo próprio empresário e indireto quando beneficia outrem. Em ambos os casos, o compartilhamento de arquivos em redes *peer to peer* não se inclui (LEMOS, 2005, p. 164).

Para Lemos (2005), os limites do direito penal acabam sendo cada vez mais alargados, fazendo com que cada vez mais atividades toleradas pela sociedade, como as de milhões de usuários de *internet*, acabem se configurando formalmente como crime.

No Código Civil não há qualquer menção à pirataria como crime, embora seja considerada a responsabilidade civil e a obrigação de indenizar: “Art. 927. Aquele que, por ato ilícito (Arts. 186 e 187), causar dano a outrem, fica obrigado a repará-lo” (BRASIL, 2002).

Na Lei de Direito Autoral, o termo técnico que merece destaque para esta discussão seria o de *contrafação*, conceituado como reprodução não autorizada, mas não é tratado na lei para além de sua mera conceituação: “reprodução não autorizada”. Vale ressaltar que embora estejam constituídas inúmeras proteções aos direitos autorais, algumas limitações também estão elencadas:

Art. 46. Não constitui ofensa aos direitos autorais: I - a reprodução: [...] VI - a representação teatral e a execução musical, quando realizadas no recesso familiar ou, para fins exclusivamente didáticos, nos estabelecimentos de ensino, não havendo em qualquer caso intuito de lucro [...] (BRASIL, 1998).

É possível, então, constatar que qualquer insinuação de violação ao direito autoral não poderá negligenciar a existência, na mesma lei, da limitação ao direito do autor, que também confere usos legítimos a determinadas práticas – uso doméstico ou fins didáticos –, sem ilegalidades. O que se observa, dessa maneira, é que esse é um território em disputa e, em alguma medida, os distintos usos da cultura são homogeneizados pelo discurso da indústria a fim de penalizar todos os envolvidos, educando-os, obviamente, para a troca comercial (compra de música) e não para a partilha gratuita e solidária em rede.

Embora a Associação Brasileira dos Produtores de Discos (ABPD)³⁵ seja citada na notícia referente à campanha, outra entidade de defesa dos direitos autorais, a Associação Antipirataria de Cinema e Música (APCM), também aparece nas notícias relacionadas às condenações no Brasil:

Um analista de sistemas de São Paulo foi condenado pela Justiça a um ano e oito meses de prisão pela venda ilegal de CDs piratas através da internet. A condenação – anunciada no dia 13 de fevereiro – é a primeira no país envolvendo a negociação não-autorizada de músicas via on-line, segundo a Associação Antipirataria Cinema e Música (APCM). [...] “Por ser a primeira condenação, o fato sem dúvida tem um valor pedagógico importante”, declarou Ygor Valério, diretor do departamento de antipirataria na internet da APCM. A condenação teve como base o artigo 184 do Código Penal, que rege violações aos direitos autorais. [...] De acordo com a APCM, existem cerca de 70 outros casos semelhantes sendo investigados pela entidade e pela polícia (JUSTIÇA..., *GI*, 20/02/2008).

A entidade APCM, de acordo com o *site* oficial³⁶, tornou-se inoperante desde 1º de junho de 2015, afirmando que os associados decidiram encerrar as suas atividades. A associação teria sido criada em 2007 e objetivava “defender os interesses dos grandes estúdios e gravadoras junto às autoridades policiais e judiciais do Brasil” (WIKIPÉDIA, 2015).³⁷ Também estava vinculada à Federação Internacional da Indústria Fonográfica (IFPI). Entre os

³⁵ Fundada em abril de 1958, a Associação Brasileira dos Produtores de Discos, mais conhecida pelo acrônimo ABPD, é uma entidade oficial do Brasil que representa as principais gravadoras do mercado fonográfico do país e também é responsável por criar a “parada de sucesso” com base nas vendas oficiais do Brasil. A página oficial está disponível em: <<http://www.abpd.org.br/home/sobre-nos/>>.

³⁶ A página oficial da APCM (<<http://www.apcm.org.br/>>), sem conteúdo disponível atualmente, exibe a seguinte mensagem de alerta quando tentamos acessá-la: “APCM do Brasil – Por questões operacionais, os associados da APCM decidiram encerrar as atividades da entidade. A APCM está em processo de liquidação e, não operacional a partir de 01 de Junho de 2015. Para assuntos relacionados à APCM, favor entrar em contato com: contato@apcm.org.br. Os assuntos antipirataria relacionados ao setor de cinema e audiovisual devem ser tratados com a MPAA, através de: contato@mpaal.org. Já os temas ligados ao setor antipirataria de conteúdo musical devem ser tratados com a APDIF, através de: contato@apdif.org.br.”

³⁷ Como não foi encontrada nenhuma outra referência que descrevesse as atividades da APCM e frente à sua extinção e a indisponibilidade do conteúdo do site oficial dessa associação, utilizamos aqui uma fonte não oficial, o Wikipédia. Cf. <https://pt.wikipedia.org/wiki/Associa%C3%A7%C3%A3o_Antipirataria_de_Cinema_e_M%C3%BAsica>.

seus clientes e patrocinadores estavam algumas gravadoras e associações, brasileiras (ABPD, Som Livre, Paulinas, Record, MK Music) e estrangeiras (*Sony Music Entertainment, The Walt Disney Records* etc.) e os grandes estúdios de entretenimento (*Universal Music, Sony Music Entertainment, Warner Music Group* etc.), esses últimos todos sediados nos EUA.

Todos os clientes e patrocinadores da extinta APCM exploram o ramo do entretenimento como negócio e a entidade parecia ter uma missão a cumprir no período em que existiu, e que era, evidentemente, perseguir a pirataria no segmento da música e do cinema. Por algum motivo, encerrar as atividades em 2015 pode ter alguma relação com uma suposta mudança de comportamento do usuário, considerando que, pela primeira vez, em 2013, por exemplo, ouvir música *on-line* apareceu nas pesquisas do CETIC (2013) com 63%, contra 50% do *download* de música na *web* (CETIC, 2013),³⁸ o que demonstra que, paulatinamente, baixar música foi perdendo lugar para outros usos da *web*, sem entrar no mérito da legalidade/ilegalidade. Contudo, durante o período analisado, como veremos ao longo do trabalho, os serviços de música *on-line* ganharam espaço na pauta do *GI*, o que parece refletir, coincidentemente ou não, com uma maior adesão do consumidor. Como observa o diretor do departamento antipirataria da APCM, Ygor Valério, as condenações possuíam um “valor pedagógico importante” (JUSTIÇA realiza..., *GI*, 20/02/2008).

E outras condenações sucederam pelo mundo e foram amplamente divulgadas pelo *GI*:

A indústria da música iniciou mais 8.000 processos judiciais contra pessoas acusadas de compartilhar arquivos no mundo todo, intensificando seus esforços para acabar com a pirataria online e encorajar o uso dos serviços legalizados de download. [...] A indústria já iniciou cerca de 18 mil processos judiciais nos EUA, o maior mercado do mundo, e 13 mil nos demais países (HOLTON, *GI*, 17/10/2006).

Como se vê, reforçando o que já foi afirmado anteriormente aqui, o papel educativo das punições não se restringe, conforme a notícia anterior, à sensibilização aos direitos autorais e/ou advertência de um possível crime, mas ao encorajamento do usuário em tornar-se um potencial consumidor das plataformas de venda de música *on-line*, constituindo, portanto, estratégia duplamente educativa, que percebemos em notícias como essa:

Mais uma notícia de condenação: Um homem acusado de disponibilizar e permitir o download, a partir de seu blog, de nove canções inéditas da banda

³⁸A pesquisa pode ser conferida na íntegra acessando este link: <<http://www.cetic.br/tics/usuarios/2013/total-brasil/C7/>>.

Guns'n'Roses foi detido em sua casa, em Culver City (Califórnia, Estados Unidos), sob a suspeita de infringir as leis federais de propriedade intelectual (INTERNAUTA..., *GI*, 27/08/2008).

O discurso noticioso aponta como criminoso um homem que compartilhou nove canções em seu *blog*, sendo detido em sua casa, nos Estados Unidos. A notícia endossa algo já dito: a indistinção entre os usuários que fazem uso avançado ou moderado das redes de compartilhamento e, ainda mais, o silenciamento em torno do direito de privacidade e segurança na *web*, típico de quem tem interesse de vigilância e controle da rede, no caso, a indústria fonográfica e do entretenimento. Essa análise também permite inferir que a isenção jornalística foi prejudicada pelo enfoque noticioso exclusivo de um grupo de interesse. Talvez, em função de ser o “maior mercado [de música] do mundo”, como afirma a notícia anterior, pela oferta e demanda em larga escala, especialmente as punições de pessoas por disponibilizar ou baixar música na *internet*, tiveram destaque, todas elas, em território norte-americano.

Dessa forma, ainda dentro do “valor pedagógico importante” (JUSTIÇA realiza..., *GI*, 20/02/2008), outras ações reforçaram o “marketing do medo” (GRAVADORAS..., *GI*, 18/09/2009), como podemos perceber pelo caso anunciado de Jammie Thomas, 30 anos, mãe solteira, processada por baixar e compartilhar músicas ilegalmente no programa *Kazaa* – identificada por um apelido atribuído a ela, pelo IP³⁹ e pela troca do *HD* do computador que a mulher fazia uso. O que as notícias sugerem, ao focar nos atributos pessoais dos sujeitos, como “mãe solteira”, “estudante”, “vovó”, “velhinha”, é que não há distinção de gênero, idade ou grupo social para quem pratica tais atos “ilícitos” e que todos podem ser igualmente punidos. Em todas as passagens das notícias, em nenhum momento, os sujeitos envolvidos tiveram espaço para se manifestarem, exceto pelo recorte de falas de seus advogados. Vejamos alguns exemplos para isso que acabamos de afirmar:

Uma *mãe solteira com quatro filhos* foi condenada nos Estados Unidos a pagar 1,5 milhão de dólares por ter baixado ilegalmente 24 músicas na Internet, no último episódio de uma batalha judicial contra a indústria fonográfica (EUA..., *GI*, 4/11/2010, grifos nossos).

“Ela chorou, ficou devastada”, afirmou o advogado de Thomas, Brian Toder. “Ela é uma *mulher que depende muito de seu salário*. Agora, de repente, ela pode ter um quarto de seu salário comprometido até o fim da vida”, afirmou

³⁹ IP é a sigla para *Internet Protocol*, Protocolo de *Internet*, em tradução livre para o português. Em uma definição simplificada, podemos dizer que é um número único que identifica dispositivos (computador, roteador, impressora etc.) na rede e é o meio pelo qual esses dispositivos se comunicam e trocam informações.

Toder. Segundo Gabriel, advogado das empresas, ainda não ficou decidido como as companhias receberão o dinheiro (DOWNLOAD..., *G1*, 5/10/2007, grifos nossos).

Desde 2003, as gravadoras processaram mais de 26 mil pessoas por troca ilegal de arquivos na internet. Essa prática, alegam, prejudica as vendas porque permite que os consumidores tenham acesso gratuito às músicas. As empresas envolvidas nesse processo contra Thomas são a Sony BMG, Arista Records LLC, Interscope Records, UMG Recordings, Capitol Records e Warner Bros. Records (DOWNLOAD..., *G1*, 5/10/2007).

Mãe de quatro filhos foi condenada por baixar 24 músicas. Pagamento será feito a seis gravadoras por *prejuízos* (MULHER..., *G1*, 19/06/2009, grifos nossos).

Patricia foi acusada de baixar e distribuir música, mas ela alega que nunca realizou qualquer tipo de download, por não saber como fazê-lo. Segundo o “New York Times”, que publicou a notícia, *a mãe* foi uma das pessoas processadas durante a campanha antipirataria da Associação de Gravadoras dos Estados Unidos (RIAA, em inglês) (FAMÍLIA..., *G1*, 29/04/2009, grifo nosso).

Um *aluno universitário*, condenado a pagar US\$ 675 mil às gravadoras por baixar e compartilhar músicas ilegalmente, terá também de destruir todos os arquivos de música que deram origem ao processo aberto pelas gravadoras. A Justiça ordenou na segunda-feira (7) que Joel Tenenbaum, da Universidade de Boston, fique longe das violações de direitos autorais e também que dê um fim nos arquivos baixados sem autorização (EUA..., *G1*, 8/12/2009, grifos nossos).

Para seu advogado, o professor da Faculdade de Direito de Harvard Charles Nesson, Tenenbaum é “*um garoto que fez o que os garotos fazem*” e não deve ser penalizado severamente por avanços na tecnologia que ele diz que as gravadoras têm sido lentas em se adaptar, de acordo com a agência Associated Press (ESTUDANTE..., *G1*, 30/07/2009, grifos nossos).

Avó é multada em US\$650 por baixar 3.000 canções na internet. A idosa, de 66 anos, *saiu chorando do tribunal* que a condenou. O caso foi julgado na cidade de Montauban, na França. Uma avó francesa de 66 anos deverá pagar quase 500 euros (US\$ 650) por danos e prejuízos por ter baixado 3.000 canções na internet. “Não tenho a sensação de ter diante de mim uma delinqüente e, por isso, creio que a Justiça optou por uma multa”, declarou o advogado da defesa, Jean Louis Pujol. *A velhinha* deixou o tribunal de Montauban (sudeste) nesta sexta-feira (9) chorando depois de conhecer a sentença (AVÓ..., *G1*, 9/03/2007, grifos nossos).

Para Silveira, “mais da metade do tráfego da internet é de redes *P2P*⁴⁰, é de redistribuir e compartilhar arquivos, isso é feito por pessoas comuns. Não é possível dizer que

⁴⁰ Esta tecnologia será abordada de maneira aprofundada mais adiante, no quinto capítulo, “Aspectos sociais do *download* de música na internet”.

40 milhões de pessoas são criminosas porque compartilham música e vídeo” (SILVEIRA, 2009, *apud* MORAES, 2010, p. 205), o que sugere um contrassenso.

Por fim, a notícia inicial de Loureiro tratada no início desse capítulo encerra com as seguintes palavras:

Quem quiser baixar música pela internet sem infringir a lei, pode acessar alguns sites oficiais que disponibilizam os serviços. Nesse caso, o usuário vai pagar por cada música baixada um valor entre R\$ 2,50 e R\$ 3,00 (LOUREIRO, *GI*, 17/10/2006).

Embora tenha sido apontado “*sites* oficiais”, naquele período, não era comum encontrar lojas virtuais, em língua portuguesa, sediadas no país, que vendessem músicas com catálogo amplo em moeda brasileira. Naquele período, havia a opção no país do *iMusica*: “Criada em 2000, a *iMusica* foi a empresa pioneira na América Latina na distribuição de mídia digital legalizada pela internet”.⁴¹ A empresa tinha como idioma a língua portuguesa e como país de origem o Brasil. Já a loja *iTunes*, da *Apple*, criada em 2001, nos EUA, fazia transações em moeda americana e somente via cartão de crédito internacional, o que representava restrições ao consumo amplo da população brasileira. A situação mudou quando a loja *iTunes Store Brasil* foi lançada em 2011 no país. Sabemos dos efeitos da ausência da livre concorrência na atribuição de valores às mercadorias. Pagar 3 reais por uma única música não ficava muito diferente, naquele período, de pagar por um *CD* (em média, com 10 músicas) de 30 reais, o que não devia ser acessível a boa parte dos cidadãos brasileiros.

Além da perseguição aos usuários considerados “piratas”, a indústria também processou, condenou e encerrou atividades de muitos *sites* na *web* e de programas de compartilhamento, atacando diretamente nas plataformas que abrigavam comunidades fundadas pelos interesses culturais e tecnológicos:

Um dos maiores sites de compartilhamento de arquivos do mundo, o *Megaupload*, foi tirado do ar nesta quinta-feira (19). O fundador da companhia e vários de seus executivos foram acusados formalmente de violar leis antipirataria nos Estados Unidos, informaram promotores federais do país (GOVERNO..., *GI*, 19/01/2012).

O *Megaupload* foi um serviço de *download* e *upload* de arquivos bastante popular pelas suas características de gratuidade e a disponibilização em múltiplos idiomas, entre eles, o português. Criado em 2005, foi extinto, em 2012, por violar leis antipirataria.

⁴¹ Cf. <<http://www.imusicacorp.com.br/quem-somos.html>>.

Da mesma forma, deu-se a condenação dos responsáveis pelo *site The Pirate Bay*:

O tribunal condenou os réus ainda a pagar o equivalente a cerca de R\$ 7,6 milhões por danos e prejuízos à indústria fonográfica, cinematográfica e de jogos eletrônicos, que pediam pagamento de cerca de R\$ 30 milhões a título de lucros não obtidos provocados pelos downloads via internet. [...] Fundado em 2003, o *Pirate Bay* possibilita a troca de arquivos de filmes, músicas e jogos por meio da tecnologia de bittorrent, mas nenhum material baixado pode ser encontrado no servidor do *Pirate Bay* – por isso, eles alegam que não podem ser responsabilizados pelo conteúdo trocado via web. O site afirma ter 22 milhões de usuários em todo o planeta (JUSTIÇA..., 2009).

O *The Pirate Bay* é considerado um dos maiores *sites* de arquivos *torrent* do mundo. Os *torrents* funcionam dividindo o arquivo ou arquivos em partes menores localizadas em diferentes *hosts* de maneira ilimitada. Com esse método, os arquivos grandes são baixados de maneira mais eficiente, ou seja, mais rapidamente. Quando um cliente (o receptor do arquivo) inicia o *download* por *torrent*, as pequenas partes requisitadas são encontradas mais rapidamente devido à informação do arquivo de *torrent*.⁴²

Sobre o julgamento dos responsáveis pelo *site The Pirate Bay*, o portal *GI* apontou, em outra notícia, que o juiz, Tomas Norstrom, que sentenciou os responsáveis à prisão, era “membro da Associação Sueca do Direito Autoral, organização cujo conselho inclui Peter Danowsky, que representou os setores de música e cinema no julgamento” (CORTE..., *GI*, 25/06/2009). Norstrom também era membro da Associação Sueca de Proteção à Propriedade Intelectual.

Importante destacar que a Suécia abrigava, desde 2006, o Partido Pirata,⁴³ pioneiro no mundo em tratar, especificamente, das investidas técnicas e jurídicas contra a liberdade de acesso e contra a livre partilha de bens informacionais. Segundo Saturnino (2015), o Partido Pirata não só reitera o caráter libertário e técnico-utópico que ancorou as visões mitológicas acerca da rede, como também inaugura uma mudança histórica nos movimentos ciberativistas

⁴² Cf. <https://pt.wikipedia.org/wiki/Arquivo_de_Torrent>.

⁴³ “Em 2015, o número de países a levantarem a bandeira pirata através dos próprios partidos (oficializados e em processo de oficialização) já passa(va) dos sessenta, incluindo países fora da Europa” (SATURNINO, 2015, p. 74). “Em 2015, a política comum dos Partidos Piratas incluía os seguintes pontos: 1) Defender a liberdade de expressão, comunicação, educação; respeito à privacidade dos cidadãos e os direitos civis em geral; 2) Defender a liberdade de fluxo de ideias, conhecimento e cultura; 3) Apoiar politicamente a reforma dos direitos autorais e leis de patentes; 4) Trabalhar de modo colaborativo e participativo com o máximo de transparência; 5) Não aceitar ou adotar políticas de discriminação de raça, origem, crenças ou gênero; 6) Não apoiar ações que envolvem a violência; 7) Usar *softwares* com códigos abertos, *free hardware*, *Do It Yourself* e protocolos abertos sempre que possível; 8) Defender politicamente a construção aberta, participativa e colaborativa de qualquer política pública; 9) Democracia direta; 10) Acesso aberto; 11) Dados abertos; 12) Economia solidária, economia para o bem comum e promoção da solidariedade entre os piratas; 13) Partilhar sempre que possível” (SATURNINO, 2015, p. 76).

a partir da institucionalização partidarista dessas utopias. A recente história desse partido foi impulsionada por duas situações ocorridas em 2003: a criação da *Swedish Anti Piracy Bureau* (Svenka Antipiratbyrån), uma agência privada financiada pela *Motion Picture Association of America* (MPAA), destinada a salvaguardar a aplicação da lei de direitos autorais no país e o surgimento do *Piratbyrån*, um coletivo de pessoas dispostas a incluir o debate sobre o *copyright* na agenda pública a fim de transformá-lo em um problema político (SATURNINO, 2015), o que evidencia uma grande divergência política no país.

Ainda sobre a perseguição aos *sites* e programas, o portal de notícias reporta que o *Limewire* também foi tirado do ar:

A decisão exige que o Limewire “desabilite as funções de pesquisa, download, upload, compartilhamento e/ou distribuição de arquivos, e/ou todas as funções do software”, segundo o Limewire. Fundado em 2000, o Limewire tem irritado as gravadoras devido aos milhões de fãs que usam o serviço como uma forma fácil de encontrar e baixar músicas gratuitamente (JUIZ... G1, 26/10/2010).

O *Limewire* foi um programa para compartilhamento de arquivos, com mesma natureza de outros como *Kazaa*, *eMule*, *iMesh*, *Shareaza*, que foi tirado do ar em outubro de 2010 devido a uma liminar norte-americana sob acusação de violação de direitos autorais.

No Brasil, o programa *K-lite Nitro* também se insere nesse contexto de perseguição a *sites* e programas de compartilhamento de arquivos e seu criador, dessa vez, ganhou espaço para defesa:

Réu no processo movido pela Apdif, Luciano Cadari se defende das acusações, dizendo que vai recorrer da decisão, já que em momento algum fez propaganda em favor da pirataria. “Nossa ferramenta é usada para compartilhar arquivos. Nunca induzimos ninguém a baixar conteúdo ilegal. Pelo contrário, sempre deixamos claro, com avisos para que os internautas não utilizem o software para fins de pirataria”, afirmou ao G1. “Me pegaram para Cristo para fazer o *marketing do medo*”. [...] Segundo Cadari, o software *K-Lite Nitro* foi baseado no programa de código aberto KCEasy e não tem o objetivo de infringir direitos autorais, apesar da “potencialidade” de download ilegal. “É como uma faca, que tem a potencialidade de matar. Um carro também tem a potencialidade de matar, em acidentes de trânsito. Por que não são proibidos também?”, questiona. [...] “Estão colocando a culpa da queda nas vendas da indústria fonográfica em uma empresa de fundo de quintal de Curitiba”, disse Cadari, cuja empresa tem quatro funcionários. “A guerra não é só contra mim; é contra todos os internautas brasileiros, contra a liberdade de expressão” (GRAVADORAS..., G1, 18/09/2009).

As quatro notícias anteriores têm em comum a ausência da discussão sobre um assunto que é considerado um dos direitos e garantias fundamentais presentes na nossa Constituição – a liberdade de expressão. Observa-se que quando os “acusados” têm algum espaço para posicionamento na construção da notícia, outros pontos de vista são elencados, favorecendo o debate. A liberdade de expressão, por exemplo, foi levantada diretamente pela fala do autor do *K-Lite Nitro*, Luciano Cadari, quando acusado de pirataria. Sobre esse direito, diz a Constituição:

Art. 5º Todos são iguais perante a lei, sem distinção de qualquer natureza, garantindo-se aos brasileiros e aos estrangeiros residentes no País a inviolabilidade do direito à vida, à liberdade, à igualdade, à segurança e à propriedade, nos termos seguintes:
IX - é livre a expressão da atividade intelectual, artística, científica e de comunicação, independentemente de censura ou licença (BRASIL, 1988).

A liberdade de expressão é considerada dispositivo-chave dos Direitos Humanos (HAMELINK, 2005). Ramos cita que a “exigência de circulação de dupla direção, de intercâmbio livre e de possibilidades de acesso e participação dá nova dimensão qualitativa às liberdades” (RAMOS, 2005, p. 248) conquistadas no passado, referindo, entre elas, a liberdade de expressão. Acesso aos artefatos tecnológicos⁴⁴ são considerados, nessa linha, condições fundamentais para o exercício da livre expressão, de forma a receber e difundir informações e ideias sem fronteiras, principalmente quando o surgimento da *web* aboliu fronteiras espaciais e temporais.

Importante contextualizar, no que se refere ao entretenimento – relacionado às atividades programadas, geralmente pagas, como cinema, televisão, vídeo, música, esportes, parques temáticos, rádio, cassinos, revistas, livros, jornais, brinquedos etc. –, que ele é bastante impulsionado, obviamente, pela indústria e à revelia de partilhas gratuitas, como evidenciado anteriormente pelas notícias, no que diz respeito ao segmento musical.

⁴⁴ Embora os dados a seguir sejam posteriores (2016) ao período estudado nesta pesquisa (2006-2013), deixo indicado ao leitor/pesquisador as informações fornecidas pela União Internacional das Telecomunicações (UIT) mostrando, em 2016, a falta de acesso à *internet* pela população de diversos países. Segundo a pesquisa, no Brasil, cerca de 26% a 50% da população brasileira não usa *internet*. Os países que indicam percentuais de maior acesso à *internet* são América do Norte, parte da Europa, Rússia e Austrália, indicando um percentual de até 25% de pessoas que não usam a *internet*. Países que representaram os piores indicadores, ou seja, os maiores percentuais de não acesso à rede, estão fortemente concentrados no continente africano, América Central, região da Ásia e Pacífico e países de língua árabe, como Síria, Iraque, Irã, Paquistão, Afeganistão, entre outros, atingindo mais da metade da população sem acesso à *internet*. Cf. <<http://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Documents/facts/ICTFactsFigures2016.pdf>>. O Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI.Br) e o Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto Br (NIC.Br) também mostram o mapa da banda larga no nosso país. No Brasil, as regiões com maior acesso à banda larga se concentram em torno da região metropolitana das capitais da região sudeste, sul e nordeste. Cf. <<http://simet.nic.br/mapas/>>.

Historicamente, o termo *entretenimento* está ligado a conceitos expressos especialmente pelo empresariado norte-americano, da mesma forma que conceitos como *lazer* remetem aos sociólogos europeus. O conceito de entretenimento surgiu de forma mais específica ao longo dos séculos XIX e XX, como fruto da estruturação do capitalismo. No início, o termo estava ligado aos parques de diversões, bordéis, crimes, vícios e prazeres, atividades consideradas, historicamente, como marginais e pouco nobres. Nesse contexto, ao contrário da arte, o entretenimento não exigia nenhum esforço para ser apreciado, não fazia nenhuma exigência a seu público, estando a serviço apenas dos sentidos e das emoções – reação passiva recompensada pela diversão – e, logo, fora do alcance do intelecto. Por isso, ele é considerado um espetáculo para as massas: é divertido, fácil, sensacional, irracional, previsível, subversivo: “O fato de que a intelectualidade religiosa e política nunca prezou muito a diversão e o prazer ajuda a entender os preconceitos que cercam esta área e os muxoxos que as elites culturais fazem quando ouvem a expressão” (TRIGO, 2003, p. 32).

Hoje, nos EUA, esse setor do entretenimento cresceu mais do que o automobilístico, siderúrgico e financeiro. Os norte-americanos possuem o mais desenvolvido setor de mídia e de entretenimento do mundo. Segundo Trigo (2003), há muitos exemplos que demonstram como o entretenimento permeia a nossa sociedade e se torna uma força econômica, uma referência cultural e um estilo de vida em vários segmentos sociais, constituindo um amplo e rico campo de análises e investigações, especialmente, nos Estudos do Lazer.

2.2 Baixar conteúdo para uso pessoal não está fora da lei: “é o preço que vamos pagar pelo progresso”⁴⁵

Entre o material analisado nesta pesquisa, observamos discursos que nos pareceram divergentes na veiculação nas notícias, quando, por exemplo, identificamos uma contra-argumentação em relação à indústria quando essa sustenta, como justificativa, a empreitada contra usuários e redes de compartilhamento em função da queda nas vendas de *CDs*, que tinha como consequência a diminuição de seus lucros. A contra-argumentação veio de um relatório do governo da Suíça, ao afirmar que os usuários que mais compartilham arquivos são também os que mais gastam com música no mundo.

Sendo assim, o governo da Suíça decidiu que *download* de música para uso pessoal não é ilegal. A notícia de poucos parágrafos que comunica o fato, veiculada em dezembro de

⁴⁵ Afirmação do relatório do governo suíço sobre o impacto de *download* de música e vídeo no país (GOVERNO da Suíça..., *GI*, 2/12/2011).

2011, foi fundamentada em estudo realizado no país baseado em relatório adaptado da Holanda. Segundo a notícia, o estudo analisou os hábitos dos cidadãos em relação ao impacto do *download* de música e vídeo no país, chegando à conclusão que baixar conteúdo para uso pessoal não está fora da lei, já que isso não faz com que eles gastem menos dinheiro com entretenimento, o que reforça a ideia de que pirataria se refere a não arrecadação pela indústria e pouco – ou nada – é dito quanto à revisão de uma política de valorização do trabalho dos artistas. Assim explica o relatório divulgado no *GI*:

“É o preço que vamos pagar pelo progresso. Os vencedores serão aqueles que conseguem usar a nova tecnologia para ter vantagens e os perdedores são os que estão perdendo a oportunidade e continuam a seguir modelos antigos de negócio”, diz o relatório. [...] De acordo com o estudo, um terço dos cidadãos da Suíça que tem mais de 15 anos fazem downloads piratas de músicas, jogos e filmes, mas isso não faz com que eles gastem menos dinheiro com entretenimento (GOVERNO..., *GI*, 2/12/2011).

O relatório sugere que a indústria do entretenimento não está necessariamente perdendo dinheiro, atribuindo o adjetivo de “perdedores” para aqueles que permanecerem seguindo modelos antigos de negócios de “ganhadores” para os que conseguirem utilizar as novas tecnologias para obter vantagens, servindo de contraponto aos discursos unívocos tratados até aqui.

Em notícia anterior, de novembro de 2009, também se reforçava essa assertiva ao afirmar que o gasto de quem baixava arquivos na *web* era 75% maior do que aqueles que não faziam essa troca pela rede, contrariando, de acordo com a notícia, a ideia de punição defendida pelo governo britânico, segundo pesquisa realizada no Reino Unido pela *Forrester Reseacher*, empresa de pesquisa de mercado. A notícia seguinte do *GI* mostra dados da pesquisa que foram apresentados ao *Independent*, jornal diário britânico:

“Aqueles que compartilham arquivos são os que estão mais interessados em música. Eles usam essa troca como um mecanismo de descoberta”, disse Mark Mulligan, da Forrester Research, ao “Independent”. “Temos uma geração de jovens que não têm qualquer noção de música como um capital de commodities”, analisou. [...] A pesquisa joga um balde de água fria sobre a lógica da RIAA (a associação das gravadoras dos EUA) que diz que todos aqueles que compartilham arquivos ilegalmente deveriam ser presos, já que, como avaliou o site “Inquirer”, o estudo na verdade sugere que, se tivessem êxito em seu objetivo, as gravadoras poderiam perder todos os seus clientes. [...] Estima-se que, a cada ano, sete milhões de britânicos baixem arquivos ilegalmente. [...] Quem admite baixar música ilegalmente gastou uma média de 77 libras (cerca de R\$ 220) por ano com música – 33 libras (em torno de R\$ 95) a mais do que os que afirmam que nunca fazem download ilegal (QUEM FAZ..., *GI*, 2/11/2009).

A notícia ainda sugere, pelo resultado da pesquisa, que toda a perseguição política em torno do *download* gratuito de música na *web* poderia prejudicar a própria indústria ao punir justamente os seus maiores consumidores.

Por coincidência ou não, a notícia a seguir mostra uma relação convergente com o que acabamos de expor ao afirmar que os álbuns pirateados do artista Michael Jackson seriam os mesmos mais vendidos pelos *sites* de venda *on-line* naquele mesmo período. Contudo, o fato ocorreu após menos de 24 horas da morte do cantor, e suspeitamos que a exposição midiática do astro tenha incentivado a procura pelo seu trabalho em todos os canais de divulgação de sua obra – compartilhados gratuitamente e pagos em lojas *on-line* – por parte dos fãs e demais usuários da rede. A notícia é a seguinte:

Até o início da tarde desta sexta-feira (26), álbuns e compilações do Rei do Pop ocupavam os cinco primeiros lugares da lista de arquivos mais buscados na seção de música do site Mininova, maior indexador de torrents. [...] Na Amazon, a obra musical de Michael Jackson retornou à lista dos mais vendidos, ocupando os primeiros 15 lugares no site de vendas on-line. Assim como no iTunes, da Apple, que tem sete álbuns de Jackson na lista dos 10 mais (ÁLBUNS..., *GI*, 26/06/2009).

Uma contradição política, evidenciada pelo *site TorrentFreak* e noticiada pelo *GI*, foi a presença de material multimídia “pirata” (músicas, filmes e séries) baixado da *web* via *BitTorrent* que foi identificado dentro das redes do Departamento de Justiça dos Estados Unidos e de gravadoras como a *Universal* e a *Sony*:

O site *TorrentFreak*, especializado em notícias sobre direito autoral, identificou “piratas” de filmes e seriados dentro das redes do Departamento de Justiça dos Estados Unidos e de gravadoras como a *Universal* e *Sony*. As informações foram obtidas em uma pesquisa no banco de dados da *ScanEye*, que armazena endereços IP (Internet Protocol) de internautas que participam do *download* de conteúdos via *BitTorrent*. A *ScanEye* reúne esses dados e os coloca em um banco de dados que pode ser consultado na *web*. O *TorrentFreak* pesquisou por faixas de endereços IP associados às gravadoras, estúdios de Hollywood e outras entidades, mostrando que, em todas elas, alguns *downloads* foram feitos a partir de endereços dentro da rede. Os *downloads* mais populares foram séries de TV, como “*Game of Thrones*” (Câmara dos Deputados dos EUA), “*Gossip Girl*” (*Sony Music Entertainment*), “*The Cleveland Show*” (*Warner Music Group*) e o reality show “*The Voice*” (Departamento de Justiça dos EUA e Parlamento da Alemanha). Na *Sony Music*, alguém também baixou o game “*Spiderman: Shattered Dimensions*” para o console *Xbox 360*, enquanto na *Warner Music Group* alguém baixou “*Procurando Nemo*”. Endereços IP da *Disney* apareceram na lista de quem baixou “*Velozes e Furiosos 6*” e o filme “*Shaolin Soccer*” foi baixado em um computador do Parlamento Europeu.

“Talvez o que podemos aprender com esse exercício é que existem piratas de BitTorrent em todas as companhias e instituições de tamanho decente”, opinou o TorrentFreak. Ainda segundo o site, há resultados semelhantes quando se pesquisa pelos endereços IP de empresas como Facebook, Netflix e Microsoft (ROHR, *G1*, 27/12/2012).

O trecho anterior aponta dois importantes aspectos: a fragilidade do direito à privacidade e segurança, que é comum a todos os usuários da rede, onde quer que estejam, e o fato de que nem mesmo os funcionários que representam as gravadoras estão convencidos de sua política de atuação, o que reforça a necessidade de revisão dos instrumentos legais que regem a questão, como aponta Machado (2010):

Nesse momento, dezenas de milhares de pessoas estão sendo processadas por compartilhar músicas. Leis que regulam a “propriedade intelectual” permitem que um adolescente seja processado se não poder comprovar que as músicas de seu *MP3 player* foram obtidas de forma legal. A forma que as ideias circulam em bits nos coloca automaticamente na condição de criminosos, pois reproduzimos absolutamente tudo que lemos e ouvimos. E armazenamos e transportamos isso de um lado para outro. A necessidade de legalidade e de aceitação serena de uma tecnologia altamente favorável ao desenvolvimento social e econômico nos obriga a mudar de paradigma. (MACHADO, 2010, p. 37)

Nesse contexto, o adiamento de um debate profundo e participativo – com todos os atores sociais envolvidos – que vise a reformulação das leis de direitos autorais, só parece aumentar a ação de militantes e ciberativistas que, muitas vezes, é interpretada e/ou divulgada como vandalismo digital:

Militantes pró-pirataria fizeram ataques coordenados contra websites das indústrias da música e do cinema, segundo o jornal britânico *Daily Telegraph*. Os ataques tiraram temporariamente do ar os sites da Motion Picture Association of America (MPAA) e da Recording Industry Association of America (RIAA). Os militantes anônimos anunciaram seus planos no site de mensagens 4chan. Segundo relatos, os ataques seriam uma retaliação a ações adotadas por essas indústrias contra sites ilegais de compartilhamento de arquivos de música e filmes (MILITANTES... *G1*, 20/09/2010).

De acordo com Gorz (2005), o ciberativismo se manifesta por meio de uma oposição enfática ao desmonte da coletividade, da privatização do saber e da produção de conhecimento e do bem comum. O autor indica que esses movimentos ciberativistas reivindicam o direito ao livre acesso e à partilha que os computadores, como instrumentos universais, permitem acessar e constituir e que, por vezes, esses movimentos instauram

relações sociais que esboçam uma negação capitalista. Segundo ele, o conflito que se desenvolve entre o capital imaterial e os atores dessa resistência é, sob todos os aspectos, “uma luta de classes deslocada para um novo campo: o controle da esfera pública, da cultura comum e dos bens coletivos” (GORZ, 2005, p. 52).

Embora a repressão e punição pautem a maior parte das notícias encontradas no portal de notícias *GI*, esta questão política não é unânime e parece não ter consenso entre as nações. Como observamos anteriormente, a criminalização (ou não) parece mesmo atrelada ao interesse econômico das grandes gravadoras, o que não deveria motivar de maneira exclusiva a defesa dos governos, considerando o papel do Estado de regular as relações humanas em prol do bem comum.

Em alguns países, por exemplo, a indústria fonográfica queria obrigar que os provedores⁴⁶ de *internet* impedissem seus usuários a baixarem músicas pela *internet* e o fato não agradou, por exemplo, o Tribunal de Justiça da União Europeia:

Os provedores de internet não devem ser obrigados a impedir seus usuários de baixar músicas ilegalmente, pois tal ordem violaria as regras da União Europeia, afirmou o Tribunal de Justiça da UE nesta quinta-feira (24). “O sistema de filtragem também poderia violar os direitos fundamentais dos clientes (da Scarlet), nomeadamente, seu direito à proteção de dados pessoais e a receber ou transmitir informações”, disse o tribunal de Luxemburgo. A organização europeia de consumidores BEUC disse que a decisão deve fazer autoridades e empresas pensarem em uma forma mais justa de proporcionar um acesso fácil a conteúdos digitais legais para os consumidores (PROVEDORES..., *GI*, 24/11/2011).

Lemos comenta outros desencontros políticos:

No Canadá, o Copyright Board considerou que baixar arquivos musicais pela internet não infringe a legislação canadense e, por isso, estabeleceu a criação de uma taxa sobre diversos produtos utilizados para a manipulação desses arquivos, destinada a remunerar os autores por essa atividade. Na Holanda, o Tribunal de Recursos de Amsterdã estabeleceu que a utilização e a distribuição de programas *peer to peer* não violam direitos autorais. Por fim, os tribunais nos Estados Unidos consideraram ilegais medidas tomadas pela Associação da Indústria Fonográfica no sentido de obrigar provedores de internet a fornecerem o nome de seus usuários que participam de redes *peer*

⁴⁶ “A federação das gravadoras dos Estados Unidos (RIAA, sigla em inglês) anunciou na sexta-feira (19) que desistiu de perseguir os que baixam música ilegalmente pela *internet*, afirmando que cabe aos provedores adotar medidas contra a pirataria. A RIAA, que desde 2003 já acusou cerca de 35 mil pessoas por baixar músicas sem autorização na *Web*, revelou que trabalha em uma nova estratégia, com o secretário de Justiça do Estado de Nova York, Andrew Cuomo, e com os principais provedores de acesso à *internet*. A entidade afirma que já obteve um acordo de princípios com vários provedores a fim de defender os direitos autorais, que prevê advertências e até o fechamento da conta do usuário reincidente” (GRAVADORAS americanas..., *GI*, 20/12/2008).

to peer, para serem subsequentemente por ela processados (LEMOS, 2005, p. 165).

A definição ou não de acordos políticos sobre essa e outras práticas parece constituir uma moeda de troca que compõe um contexto político maior, como mostra a notícia a seguir:

No começo do mês, o tribunal de Cheryomushki, em Moscou, decidiu que Denis Kvasov, ex-presidente do *allofmp3*, é inocente das acusações de roubo de propriedade intelectual movidas contra ele, que não teria violado leis de direito autoral do país. [...] O Departamento do Comércio norte-americano em 2006 classificou o *allofmp3* como “maior vendedor de música pirateada na internet” e fez do fechamento do site um ponto essencial nas negociações comerciais para a admissão da Rússia à Organização Mundial do Comércio (OMC). O site foi fechado no começo de julho, antes de uma conferência de cúpula entre os presidentes da Rússia e dos EUA, ainda que os visitantes fossem encaminhados a um site semelhante onde podiam ser adquiridos créditos para a compra de música no *allofmp3*. A página vendia música de ampla gama de artistas e gêneros, codificada digitalmente, por preços significativamente inferiores aos da iTunes, da Apple, ou aos da versão recentemente legalizada do Napster. O site russo tampouco paga royalties às gravadoras, dizendo que cumpre as leis russas ao pagar 15% dos lucros a uma parceria que supervisiona o licenciamento e pagamento de formas de mídia digital (SITE..., *G1*, 28/08/2007).

Nessa notícia, os EUA parecem condenar ou inocentar o ex-presidente do *site* russo conforme interesse nas relações comerciais internacionais. Interessante lembrar que o termo *pirataria* está sendo utilizado, como visto no início do capítulo, para atribuir a ausência de pagamento dos direitos autorais pela obra utilizada ou comprada. Nessa cadeia, há uma série de entidades especializadas que fazem o ciclo econômico do entretenimento funcionar. Podemos citar, dentro dessa cadeia, por exemplo, o papel das gravadoras, responsáveis pela produção material (*CDs* e *DVDs*) e detentora dos direitos autorais dos artistas, assim como *marketing*, administração e distribuição. Contudo, essas especialidades foram pulverizadas em outros negócios de responsabilidade de empresas distintas, em função até mesmo das modificações causadas pela inserção do digital na vida cotidiana. Há agora a empresa que fabrica o *CD*, outra que realiza o *marketing*, outra que distribui, como fazem os *sites* de venda (lojas virtuais *on-line*) e aplicativos de *streaming* (para *smartphones*). Enfim, essa especialização econômica parece aumentar as disputas de poder, como podemos verificar a seguir:

Membros do grupo musical Allman Brothers abriram processo em valor superior a US\$ 10 milhões contra a gravadora UMG, na segunda-feira, por royalties de vendas de discos compactos e serviços digitais de download, como o iTunes, da Apple. O processo solicita o pagamento pela venda de

algumas das canções que a banda de rock do sul dos Estados Unidos gravou para seu primeiro selo, o Capricorn Records, entre 1969 e 1980, período em que ela registrou sucessos como “Jessica”, “Ramblin’ Man” e “Midnight Rider”. Um porta-voz da UMG Recordings, parte do Universal Music Group, da Vivendi, preferiu não comentar de imediato. O processo, aberto em um tribunal federal de Manhattan, alega que a UMG “se recusa a pagar aos queixosos o montante correto de royalties pela exploração digital de seus masters gravados para a Capricorn”, incluindo CDs, downloads digitais e ringtones. O acordo remonta a um contrato assinado em 1985 entre a banda e a Polygram, adquirida posteriormente pela Universal, segundo o qual a banda receberia metade dos proventos das vendas de gravações por terceiros, como a Apple iTunes, ou por qualquer outro uso comercial não especificado no contrato, afirmam os advogados (GRUPO..., *GI*, 12/08/2008).

Embora as gravadoras atuem acusando e processando usuários e responsáveis por *sites* e programas de compartilhamento, alegando defesa dos direitos autorais, elas próprias violam esses mesmos direitos, de acordo com a notícia. Artistas, utilizando a mesma lei de direitos autorais, exigem o que lhes são de direito, quando, por exemplo, suas obras se tornam meio de exploração pecuniária fora dos termos contratuais de origem. Situação que sugere conflito entre artistas e gravadoras principalmente na transição da exploração material dos discos (materiais) para a exploração dos arquivos *MP3* em formato digital (imateriais), quando da vigência de contratos antigos. A defesa dos direitos do artista, ao que parece, funciona como pretexto para indústria se desenvolver sob interesse econômico.

Com isso, nas situações em que aparecem os bodes expiatórios, a aplicação da lei penal ocorre para obter efeitos políticos ou para atender a interesses alheios aos seus propósitos originais – remuneração do autor – o que acaba sendo a única consequência deste sistema repressivo fundado no direito penal. Para Lemos (2005), dependendo da forma como seja interpretado, o regime penal proposto no Brasil poderá ser um dos mais severos do mundo quanto à proteção de direitos relativos à propriedade intelectual, gerando consequências políticas e econômicas, além de ser um fator que prejudica a inovação e o acesso legítimo à informação.

2.3 Com a palavra, os artistas: a “mediocridade”⁴⁷ e a “depreciação da classe artística”⁴⁸

⁴⁷ Fala do artista pernambucano Fred Zero Quatro, líder da banda Mundo Livre S/A, em entrevista a Lígia Nogueira para o portal *GI*, respondendo à pergunta se era favorável ao *download*: “Acho que o compartilhamento gratuito e mesmo de conteúdos protegidos é uma ferramenta bacana, mas que favorece o grande público, que por sinal era muito explorado pela indústria em termos de preços, e favorece determinados tipos de artistas: aqueles que estão muito no início da carreira, e aqueles absolutamente medíocres, que não têm a menor chance de ser descobertos por gravadora, produtor, etc. Para eles, o fim da indústria é muito festejado porque representa o nivelamento por baixo, favorece a mediocridade” (NOGUEIRA, *GI*, 27/09/2009, grifo nosso).

Como vimos, as condenações de usuários e de redes de compartilhamento estão atreladas à existência de um aporte jurídico que permite tais perseguições. No Brasil, as punições estavam centradas em torno do *CD* pirata e seu comércio ilegal, embora a campanha inaugural contra a pirataria relatasse ter como alvo as práticas de *download* “ilegal” dos usuários. A campanha, que era internacional, teve grande influência de órgãos, como o IFPI, que buscaram atuar, até quando puderam⁴⁹ sobre os agentes mais frágeis dessa arena que são os internautas. Órgãos internacionais, como o IFPI, agem protegendo a mercadoria, o produto, agem pela lei do *Copyright*; já as ações brasileiras se justificam pelo dano ao direito autoral, logo, pelo prejuízo ao artista e ao país na ausência de arrecadação de impostos.

Parece provável que essas diferenças de ação de órgãos internacionais e nacionais se justifiquem pela adoção internacional de sistemas jurídicos diferentes. O IFPI – que tem sede em Londres e representa interesses dos maiores conglomerados de origem norte-americana⁵⁰ – é regido pelo *Copyright*, enquanto o sistema anglo-saxão – baseado no *Common Law* – atua na proteção da obra em si, ou seja, do produto, dando ênfase à vertente econômica, à exploração patrimonial das obras através do sistema de reprodução. Para o *Copyright*, observa-se que é comum a existência de *royalty* – termo utilizado para designar a importância paga ao detentor ou proprietário de obra, produto ou processo, pelos direitos de exploração, uso, distribuição ou comercialização do referido produto ou tecnologia. Baseado no sistema jurídico do *Common Law*, o *Copyright* parece ser adotado e praticado nos países de colonização inglesa, como EUA, Canadá, Austrália, Nova Zelândia. O *Common Law*, também conhecido por direito dos usos e costumes, é um sistema jurídico no qual as decisões do Judiciário são baseadas em precedentes, em casos julgados anteriormente, ou seja, trata-se do conjunto de interpretações das normas do direito proferidas pelo Poder Judiciário. Dessa forma, o conjunto de lei é menos considerado do que a jurisprudência (que levaria em consideração como os casos têm sido julgados) quando se trata de decisão judicial, embora o princípio da razoabilidade também seja considerado (QUEIROZ, 2013).

⁴⁸ Fala do artista Marcelo Camelo em entrevista concedida a Diego Assis e disponível no G1: “Longe de ser anti-internet, ele [Marcelo Camelo] propõe uma solução simples, com ‘três botões: em um estaria escrito ‘download’, em outro ‘me dá uma grana aí’ e em outro ‘ouça’, brinca. Mas acrescenta: ‘O público precisa colocar em pauta essa questão sobre se quer ou não artistas profissionalizados. O público ainda vive uma euforia muito grande com essa coisa do consumo de informação, mas precisa viver ainda um rescaldo da informação de qualidade, dessa *depreciação da classe artística*’” (ASSIS, 2011, grifo nosso).

⁴⁹ A Campanha iniciou-se tendo como alvo educar usuários contra os males (crimes) da pirataria e logo depois alegou que a responsabilidade pelo controle de ilegalidades teria que ser transferida para os provedores de *internet*. Por fim, a indústria buscou adaptações aos novos modelos de negócios sem, contudo, abandonar por completo as práticas anteriores de perseguição, como veremos ao longo do trabalho.

⁵⁰ Conglomerados como *Universal Music Group*, *Sony Music* e *Warner Music Group*.

Nos demais países, especialmente na América Latina e Europa, reina o sistema romano-germânico⁵¹ baseado no *Civil Law*, no qual o foco está no sujeito de direito, o autor,⁵² ou seja, nos direitos autorais. Segundo Queiroz (2013), para o sistema jurídico adotado no Brasil (*Civil Law*), o que vale é o que está escrito, ou seja, as principais fontes do Direito são a lei, mesmo que nada impeça que o texto (a lei) também possa ser interpretado. E quando a lei não aborda determinado assunto, a jurisprudência também é recorrida. Dessa forma, o primeiro modelo parece mais flexível do que o segundo, dada a aceitação e recorrência da interpretação da lei pelo juiz, estando mais suscetível ao *lobby*.⁵³ Em alguma medida, essas diferenças podem justificar posicionamentos distintos entre os países sobre essa questão. Essa é uma questão que está longe do consenso. Pesquisadores e ativistas,⁵⁴ por exemplo, sugerem que as leis devem ser reformuladas para adequar-se ao mundo atual, outros acreditam na validade dos pressupostos da lei,⁵⁵ sugerindo poucas modificações. Embora os direitos autorais sirvam para defender os interesses dos artistas, a satisfação não é uma unanimidade. Descontentamentos de toda ordem – seja em defesa do Direito Autoral ou em defesa do *download* gratuito – são identificados nas falas de artistas. Fred Zero Quatro, vocalista da banda pernambucana Mundo Livre S/A e um dos expoentes do movimento musical Mangue Beat, por exemplo, posicionou-se em entrevista sobre *download*:

G1 - Você não é a favor do download?

Fred Zero Quatro - Acho que o compartilhamento gratuito e mesmo de conteúdos protegidos é uma ferramenta bacana, mas que favorece o grande público, que por sinal era muito explorado pela indústria em termos de preços, e favorece determinados tipos de artistas: aqueles que estão muito no início da carreira, e aqueles absolutamente medíocres, que não têm a menor chance de ser descobertos por gravadora, produtor, etc. Para eles, o fim da indústria é muito festejado porque representa o nivelamento por baixo, favorece a mediocridade. [...] À medida que você começa a criar uma

⁵¹ Cf. <https://pt.wikipedia.org/wiki/Sistema_romano-germ%C3%A2nico>

⁵² Cf. <https://pt.wikipedia.org/wiki/Direito_autoral>.

⁵³ A prática do *lobby* é exercida por corporações e monopólios tendem a estender, sem limites, se não houver mecanismos que possam evitar isso: “pressionam fortemente políticos e lançam mão de todos os instrumentos jurídicos para defender seus negócios mesmo que moralmente reprováveis; geram enormes desigualdades e desequilíbrios no mercado e pior, ambos possuem qualidades que os fazem aumentar indefinidamente seu poder. Em conclusão, ambos acabam sendo danosos ao interesse público” (MACHADO, 2010, p. 16).

⁵⁴ Alguns exemplos de pesquisadores e ativistas que defendem a necessidade de reformulação das leis: Wachowicz (2011); Wachowicz e Santos (2010); Observatório da Privacidade e Vigilância do Grupo de Pesquisa em Políticas Públicas para o Acesso à Informação da Universidade de São Paulo (GPOPAI-USP), que monitora ações do Estado e de empresas que tenham impacto sobre a privacidade dos cidadãos. Disponível em: <<http://www.cartacapital.com.br/autores/observatorio-da-privacidade-e-vigilancia>>. Acesso em: 20 mai. 2016.

⁵⁵ Algumas associações e representantes da indústria fonográfica, como a Associação Brasileira dos Produtores de Discos (ABPD), manifestaram-se pela manutenção da Lei dos Direitos Autorais em vigor ou pela supressão de alguns itens da redação sugerida por outros colaboradores, sendo a maior parte a contribuição resultante da Consulta Pública pela modernização da Lei de Direitos Autorais: Cf. <<http://www2.cultura.gov.br/consultadireitoautoral/>>.

geração que já cresce com esse hábito de todo mês baixar não sei quantas mil músicas, a mensagem que vai pro cérebro é de que a música é uma porcaria qualquer (NOGUEIRA, *GI*, 27/09/2009).

Vale observar que a banda Mundo Livre S/A, surgida em 1984, teve diversos discos lançados por gravadoras como *Banguela Records*,⁵⁶ selo da gravadora *Warner Music Brasil*; pela *Excelente Discos*, subsidiária da extinta *Polygram*; pela extinta Abril Music, do grupo Abril; pela *Coqueiro Verde* do selo musical da *Sony DADC*, fabricante mundial de *CDs*, *DVDs* e discos *Blu-ray*.

Fred Zero Quatro reconhece a exploração do grande público pela indústria que se formou ao redor da música e, ao citar que o *download* gratuito favorece determinados tipos de artistas, como os de início de carreira e aqueles “absolutamente medíocres”, que nivelam “por baixo”, o artista sugere também a existência de outro grupo, oposto a esse, que seria de artistas consagrados pela indústria que, provavelmente, acreditam que sua música que é vendida não é uma “porcaria qualquer”, como afirma o músico Fred Zero Quatro na citação anterior. Isso sugere uma escala de hierarquia e qualidade na música enquanto linguagem artística cujo valor está na chancela de gravadora.

Nesse sentido, esclarece Viana (2007) que, historicamente, a arte moderna é marcada por características como especialização, autonomização, mercantilização e racionalização, processos que são várias faces do mesmo fenômeno. Para o autor, esta racionalização é o resultado da especialização científica e da diferenciação técnica peculiar à civilização ocidental, implicando na organização da vida e divisão de diversas atividades, visando a uma maior eficácia e rendimento. Dessa maneira, a organização social dos produtores culturais e, posteriormente, das instituições, “é reflexo de uma necessária especialização de funções como resultado das mudanças mais gerais da organização social e dos modos de produção” (WILLIAMS, 2011a, p. 36). Viana (2007) afirma que as obras de arte surgem antes do capitalismo, mas a arte enquanto produto especializado surge com o capitalismo e este processo é derivado do surgimento da esfera artística, que sofre severas mutações.

A fim de compreender a constituição histórica dessa esfera, por meio da autonomização da arte e sua constituição em mercado, Viana (2007) descreve que a libertação da vida intelectual e artística das antigas demandas éticas e estéticas – que estiveram sob tutela da igreja e da aristocracia na Idade Média e grande parte do Renascimento – se sucedeu

⁵⁶ A banda Mundo Livre S/A teve o álbum “Samba Esquema Noise” (1994) lançado pela gravadora *Banguela Records*; “Guentando a Ôia” (1996) pela *Excelente Discos*; os álbuns “Carnaval na Obra” (1998) e “Por pouco” (2000) pela *Excelente Discos* e “Novas Lendas da Etnia Toshi Babaa” (2011) pela *Coqueiro Verde*.

em meio a uma série de transformações, características de uma transição e adaptação sociais para os modos de produção e consumo de escala industrial, como: a) A constituição de um público de consumidores que garantia condições mínimas de independência econômica aos intelectuais e artistas; b) A constituição de um corpo numeroso e diverso de produtores e empresários de bens simbólicos, cuja profissionalização se origina no desenvolvimento técnico; c) A multiplicação e diversificação das instâncias de consagração competindo pela legitimidade cultural – como, por exemplo, as academias e salões, onde a aristocracia se misturava com a burguesia, passando a adotar seus modelos de pensamento e suas concepções artísticas e morais – e também das instâncias de difusão – editoras e direção dos teatros – subordinadas às obrigações econômicas capazes de influir sobre a vida intelectual. Segundo o autor, esse processo de autonomização ocorre junto com a formação da categoria social dos artistas, esses inclinados a reproduzir as regras constituídas pela tradição. Com o desenvolvimento do campo, vão se constituindo modos de produção distintos – cultura erudita e indústria cultural – destinados, respectivamente, aos produtores dos bens culturais e para o grande público (massa).

Dessa forma, observamos que o artista Fred Zero Quatro parece reconhecer a gravadora como instância de consagração que confere legitimidade às obras artísticas (o que é e o que não é medíocre). E como artista que foi privilegiado por gravadora, o vocalista da banda Mundo Livre S/A parece inclinado a reproduzir as regras constituídas pela tradição das gravadoras, pois critica artistas que se beneficiam da divulgação de seus trabalhos de forma gratuita na rede, constituindo alguma autonomia diante das gravadoras que não são mais, nesse contexto, instrumentos exclusivos de divulgação das obras.

Outro artista que se posicionou sobre o assunto foi Elton John:

Elton John declarou que a internet está prejudicando o surgimento de música de qualidade nos dias de hoje e que deveria ser feito um experimento de impedir o funcionamento da rede por um período de cinco anos. “Eu acho que seria um experimento incrível impedir o funcionamento de toda a internet por um período de cinco anos e ver que tipo de arte seria produzida neste período”. O “Sun” lembrou que no passado Elton John já se definiu como “o maior avesso à tecnologia todos os tempos”, mas transmitiu ao vivo o show do aniversário de seus 60 anos pela internet. Recentemente também colocou seu catálogo na rede para download pago (ELTON..., *GI*, 1/08/2007).

Assim como Fred Zero Quatro, Elton John também parece desqualificar músicas produzidas e beneficiadas a partir do contexto digital, embora utilize a mesma rede para divulgar os seus trabalhos.

Sobre a valoração da obra artística, referida pelos artistas Fred Zero Quatro e Elton John, ao atribuir ou não “qualidade” à música, Viana (2007) afirma que a ascensão da indústria cultural, por exemplo, marcou, historicamente, um processo de subordinação crescente da produção artística ao processo de produção capitalista. Logo, o discurso sobre a “linguagem artística” como algo que possui uma especificidade inacessível ou pouco acessível ou, ainda, acessível somente aos iniciados, revela mais uma representação da própria esfera. Esse discurso busca mistificar a produção artística colocando a sua avaliação e produção como algo de uma elite privilegiada. A arte passa a ser vista de forma elitista e os artistas como se fossem seres humanos diferentes dos demais. A atribuição de qualidade às obras, portanto, não é isento de interesse. Os artistas, enquanto agentes dessa arena, expressam os interesses da indústria juntamente com seus próprios interesses, de forma subordinada.

A produção para o mercado implica na concepção de obra de arte como mercadoria e o artista como produtor de mercadorias, mesmo que esse se defina de outro modo. A forma predominante nesse modelo é a troca monetária: a obra é posta à venda e pode ser comprada. Dentro desse modelo, Williams (2011) identifica quatro fases distintas:

1. Artesanal: o produtor independente põe a própria obra à venda;
2. Pós-artesanal: o produtor vende a obra para o intermediário distribuidor e/ou reproduzidor, como, por exemplo, na transição dos livreiros para editores;
3. Profissional de mercado: marcada por crescente capitalização dos intermediários e profissionalização dos artistas, com surgimento do *copyright* (direitos autorais) e *royalties* (pagamento relativo a cada exemplar vendido);
4. Profissional empresarial: o artista se torna o profissional empregado mediante contrato com organizações capitalistas (cinema, rádio e televisão), com dependência dos meios de produção e de divulgação regulados pelo mercado organizado.

Nessa tipologia, verificamos a predominância dos dois últimos estágios, mesmo que os demais coexistam em mercados locais. Isso significa que o artista está imerso e dependente de uma cadeia produtiva, ou seja, não tinha meios – até a popularização da *internet* – para divulgar o seu trabalho e obter algum tipo de renda com ele. Nos dois últimos estágios, predominantes na indústria fonográfica moderna, os artistas são profissionais da música que dependem ou dependiam de intermediários para produzir e divulgar trabalhos, sob a chancela de alguma gravadora, onde a música é produzida e consumida como mercadoria.

Nesse sentido, o artista Marcelo Camelo, na notícia abaixo, levanta importantes questões sobre a profissionalização do artista:

Jornalista de formação, mas músico por profissão, Marcelo garante que não fecha os olhos para as novas tecnologias e que tem quebrado a cabeça para tentar entender como sobreviver só da arte em tempos de crise na indústria fonográfica e circulação livre de conteúdos na web. [...] O disco custa um preço, que não se paga com venda, porque todas as pessoas ouvem de graça. Eu, honestamente, não queria me lançar numa vida eternamente de shows. Não quero passar o resto da vida viajando para ganhar o meu dinheiro. [...] O público precisa colocar em pauta essa questão sobre se quer ou não artistas profissionalizados. O público ainda vive uma euforia muito grande com essa coisa do consumo de informação, mas precisa viver ainda um rescaldo da informação de qualidade, dessa depreciação da classe artística. [...] “Eles olham com muita raiva para Lei Rouanet, para o estado financiando o artista”, diz. “Eu nunca usei Lei Rouanet. Mas não consegui chegar a Belém, por exemplo, na turnê passada. Porque o número de pessoas que eu levo para me ver tocar não é grande o suficiente para que eu leve a minha equipe. Eu faço essa pergunta para você: é justo, é válido, é importante que o estado brasileiro pague para que eu vá a Belém? Acho que a resposta imediata - 'não, o Brasil não precisa disso, precisamos dar comida às nossas criancinhas' - é uma resposta que corresponde a um Brasil de 20 anos atrás. É um duplo complexo de vira-latas: um complexo de um Brasil que não é mais o Brasil que era e um complexo de que a nossa arte, que o nosso inconsciente, não é importante para o nosso próprio povo” (ASSIS, *GI*, 7/04/2011).

A discussão que o artista levanta parece fundamental para a classe artística no que se refere aos seus direitos como trabalhadores da música. A disponibilização gratuita de todo o catálogo das gravadoras levaria a uma diminuição drástica na arrecadação dos direitos do autor, que também ganha com execuções em rádios e filmes ou realização de *shows*, mesmo que essas atividades possam não gerar renda suficiente ao artista, conforme aponta Camelo. O artista cita a quantidade do público que vai aos seus *shows*, que é pequeno em determinadas localidades, ao ponto de não custear viagens longas com todos os artistas da banda, por exemplo. Incluiria também, nesse rol, a falta de espaço em rádios e de oportunidades em filmes, para todos os artistas, o que deixa a condição desse profissional da música muito mais desfavorável. O que o artista sugere é que deve haver mecanismos de remuneração que não obriguem os artistas a “cair na estrada”, por exemplo, para se sustentar, subordinando o artista a uma condição contínua e permanente de trabalho, que também não é garantia de sustento. Embora não tenha sido dito por Marcelo Camelo, parece necessário rever este modelo de produção cultural, assim como também as formas e mecanismos de valorização dos artistas,

inclusive com definição clara do papel do Estado nesta questão, que Camelo aborda quando cita a Lei Rouanet, lei federal de incentivo à cultura⁵⁷ no Brasil.

Por outro lado, artistas que parecem não ter vivido os tempos áureos de gravadoras, conseguem exaltar um lado favorável ao artista de início de carreira que não depende de gravadora, que produz os próprios discos, faz *shows* e vende itens relacionados à marca da banda. Podemos identificar isso na seguinte fala de um dos integrantes da banda sueca *Lamont*:

Não acreditamos que a renda de um artista em início de carreira na Suécia venha da venda de um número alto de discos. Pouquíssimos conseguem isso hoje em dia, diz o vocalista, Kristopher Åkesson. É muito mais uma questão de fazer as pessoas conhecerem a banda, irem aos shows e comprarem coisas relacionadas ao Lamont, diz. No final das contas, mais gente vai comprar o nosso disco. A partir do momento em que decidimos lançá-lo por conta própria, sem contrato com gravadora, é uma maneira ótima de conquistar fãs fora da Escandinávia (NOGUEIRA, *GI*, 14/11/2007).

Como *business*, a indústria fonográfica realiza e realizou um forte controle cultural, selecionando artistas que mais fossem interessantes aos seus negócios. Nesse cenário dos artistas órfãos de gravadoras, para alguns deles, como vimos, significaria a “mediocridade” ou levaria a uma situação de “depreciação da classe artística” pela mudança, inclusive, de seu modelo de negócio, que parece subordinar o artista a situações de trabalho ainda mais desfavoráveis do que as proporcionadas pelas gravadoras ao seu quadro de artistas.

De acordo com Viana (2007), reafirmar o valor da classe artística que a indústria construiu, assim como valorizar a obra por meio dos altos preços, representa traços de ideologia na manutenção do modelo de negócio dessa classe. De acordo com o autor, os agentes da esfera artística precisam não somente impor seus valores, mas garantir o monopólio do julgamento valorativo. Ninguém é, racionalmente, obrigado a compartilhar desse valor, mas o é socialmente constrangido a tal. A valoração da arte em si mesma é algo produzido socialmente. Aqueles que não compartilham esses valores são taxados de “ignorantes”, “incultos” (entre a classe artística, seriam os chamados “não profissionais” ou “mediócras”?). Ser culto significa partilhar dos valores dominantes dos agentes da esfera artística. A questão da qualidade é valorativa, mas também social. Os valores são formados socialmente e a partir de determinada perspectiva, a qual está ligada a interesses sociais. Em

⁵⁷ Lei n. 8113 de 23 de dezembro de 1991 que institui o Programa Nacional de Apoio à Cultura (Pronac) e dá outras providências. Cf. <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8313cons.htm>.

síntese, a obra de arte não possui um valor em si mesma, mas recebe, por parte do avaliador, um processo de valorização (VIANA, 2007).

Por outro lado, novos modelos de negócios também não necessariamente significariam mudanças para a emancipação dos artistas, que se subordinariam a novos elementos do capital pós-fordista:

Testemunha e, em certa medida, incentivador de muitas das ideias do movimento mangue, Meira não adota o mesmo tom alarmista de Zero Quatro com relação ao impacto da internet nas cadeias produtivas de cultura. E dá a receita: “Aberta a Caixa de Pandora, não há como fechar. As viúvas das gravadoras, da escassez, têm que começar a construir o próximo modelo, um que depende de muita banda, muito barata, em todo canto, com serviços baseados em micropagamentos, para estarem disponíveis para muita gente, para que eles, os autores e intérpretes, sejam remunerados por sua participação percentual no fluxo de atenção” (STAMBOROSKI; ASSIS; NOGUEIRA, *G1*, 27/09/2009).

Este novo modelo sugerido por Silvio Meira, cientista-chefe do Centro de Estudos e Sistemas Avançados do Recife (CESAR)⁵⁸ citado na notícia, encontra semelhanças com a realidade da distribuição musical nos negócios de megaempresas da indústria do entretenimento, como a plataforma *Youtube* e demais serviços de assinatura musical, como *Spotify* e *Deezer*. Nesse modelo, as diferenças entre os artistas seriam outras, não mais as chancelas ou não de gravadoras, mas o valor atrelado às audiências ou, nos termos de Meira, o “fluxo de atenção”.

Dessa forma, mais artistas teriam visibilidade, pois não dependeriam mais do *CD* para se tornarem acessíveis ao público. Contudo, nessa imensa visibilidade que, inclusive, o *download* gratuito permite, as bandas se gladiariam entre si em busca de popularidade, situação em que não existem limites éticos, em busca de retorno financeiro por meio de anúncios publicitários que manteriam tais plataformas de *download*. Dentre esses “novos” populares, sairiam as novas celebridades, o que tornaria o artista refém do gosto popular, atualizando a ideia de “seleção cultural”, considerando que, no modelo moderno, quando a obra se torna mercadoria, produzida para ser vendida com lucro, qualquer produção de mercado leva a novas formas de controle cultural e especialmente de seleção cultural. Assim, as obras que dão prejuízo são reduzidas ou não terão continuidade, enquanto que as obras que

⁵⁸ O Centro de Estudos e Sistemas Avançados do Recife (CESAR) é “um centro privado de inovação que cria produtos, serviços e negócios com Tecnologias da Informação e Comunicação”. A empresa foi fundada em 1996 e, segundo o próprio *site*, em 2014, a empresa superou a marca de 90 milhões de reais em vendas de projetos de inovação. Cf. <<http://www.cesar.org.br/quem#sobre>>.

geram lucro se expandem. O sucesso ou fracasso de uma obra artística são efeitos e “esses efeitos podem ser interpretados como o efeito das escolhas das pessoas e, na verdade, frequentemente é assim” (WILLIAMS, 2011a, p. 103). Esse mesmo autor, Williams, esclarece como isso funcionaria no mercado:

[...] embora o mercado seja sempre sensível a inovações, e deva promovê-las em parte de sua produção, a grande massa da produção do mercado baseia-se firmemente em formas conhecidas e em variantes menores de formas conhecidas. Quase sempre visto como inquieto e inovador, devido a suas evidentes novidades, o mercado continua a ser, pela própria natureza, profundamente reprodutor, tanto da demanda conhecida (o “gosto do público”, já cristalizado) quanto das prioridades conhecidas (em geral, a compatibilidade da obra com os meios técnicos, econômicos e, enfim, sociais, determinantes de seus tipos de produção (WILLIAMS, 2011a, p. 106).

O que o autor sugere é que aquilo que parece ser a escolha das pessoas pode não ser representado como exercício de liberdade, dadas as condições de acesso e mediação tecnológica cujas ferramentas são de domínio e exercício privado. E isso pode se aplicar, por exemplo, ao fluxo de atenção, citado por Meira, trazendo à tona, novamente, a noção de “depreciação da classe artística” que envolve inúmeras variáveis – tais como: desvalorização artística, submissão a determinadas condições de trabalho, ausência de incentivos, regulação e garantias, atualização de controle cultural etc.

No que se refere às atividades comerciais da indústria fonográfica da era moderna, por exemplo, parece interessante acionar aqui as quatro fases da cauda longa da tecnologia, como modelo de negócio, sugerido por Chris Anderson (2004). Para esse autor, as tecnologias passam por quatro fases: definição de preço, ganho de mercado, deslocamento de tecnologia e, por fim, onipresença. Em outras palavras, significa que toda tecnologia tem um ciclo, que vai do seu surgimento, com alto preço em função da novidade, até a queda nos preços e consequente massificação e onipresença para, enfim, alcançar o momento da virada: a substituição de uma tecnologia por outra. A mudança de paradigma para os negócios está relacionada a sua reinvenção, ou seja, a criação de novas plataformas de negócios.

Nesse sentido, parecendo buscar alternativas, gravadoras americanas inovam:

As gravadoras norte-americanas, no passado paranóicas quanto à possibilidade de pirataria em larga escala propiciada por empresas de Internet como Napster e KaZaa, agora estão adotando novos modelos de negócios, tais como fornecimento de downloads de música gratuitos. Duas empresas iniciantes de menor porte, Qtrax e Spiralfrog, prometem oferecer downloads grátis aos usuários, bancados por vendas de publicidade que

serão compartilhadas com as gravadoras (GRAVADORAS buscam..., *GI*, 18/09/2007).

Em torno desse novo modelo, novos negócios:

O sistema de mídia Eos, da Cisco, é um novo serviço de software que ajuda a construir e manter sites que ofereçam música, vídeos e recursos de rede social. Chambers disse que isso pode ajudar as empresas de música a desenvolver modelos de negócios mais lucrativos, em meio à transição para a distribuição e download online de música (CISCO..., *GI*, 13/08/2009).

Neste novo modelo de negócio pretendido, mudam-se os processos (da produção à distribuição) e os produtos (dos *CDs* ao *MP3*), contudo, sem alterar o objetivo principal do ciclo econômico: o lucro. Nesta notícia, ainda não se falava da execução por *streaming* (rádios e música *on-line*), ainda se considerava a venda do *MP3*, portanto, quando o usuário poderia exercer alguma propriedade sobre o arquivo, mesmo que digital, o que é o oposto do *streaming*,⁵⁹ que permite apenas uma licença pelo uso por meio de assinaturas de serviço. Neste último modelo de negócio, Rifkin (2001) observa a transferência do negócio baseado em propriedade para um negócio baseado em acesso. No modelo de negócio da notícia anterior, a oferta de *download* gratuito funcionou como uma estratégia de *marketing* para iniciar relacionamentos de longo prazo com os usuários (RIFKIN, 2001).

Considerando o fato de que o *download* gratuito pode representar ganhos de forma indireta, dado que os consumidores procuram as mesmas músicas no mercado legal e ilegal, tornar-se conhecido, segundo este novo modelo, é a porta de entrada para a potencialização do consumo, além dos ganhos com publicidade no *site* que o oferta:

Se os vendedores colocam à venda, talvez nunca seja comprado. Mas se quem troca arquivos passa a oferecer algum, pelo menos uma pessoa provavelmente vai pegá-lo, ressaltam os autores no estudo, Will Page, da sociedade de artes dramáticas PRS For Music, e Eric Garland, da companhia de pesquisa P2P Big Champagne. [...] Page examinou as compras de música digital feitas em uma grande loja on-line, que revelaram que dentro de um universo de 13 milhões de canções, 10 milhões nunca foram baixadas ao menos uma vez. [...] Cada CD que aparece na lista dos “100 mais” do Pirate Bay, por exemplo, tem uma média semanal de 58 mil downloads. O álbum “The Fame”, da cantora pop americana Lady GaGa, foi baixado 388 mil vezes em uma semana. [...] “Os consumidores ainda procuram as mesmas músicas nos mercados legal e ilegal. A maioria dos arquivos compartilhados [em redes P2P] é semelhante aos mais baixados em sites legais de música, indicando que o que é popular, é popular”, revela a pesquisa, de acordo com

⁵⁹ Aprofundaremos essa discussão no capítulo 3, no tópico 3.3, “Crescimento dos serviços de música *on-line*”.

o “Washington Post” (REDES..., *GI*, 14/05/ 2009).

Nesse cenário, outros atores têm destaque na disputa pelo poder. As megacorporações do entretenimento tecnológico, como *Apple*, começam a ganhar privilégios frente ao modelo anterior no qual a indústria fonográfica que representava interesses das gravadoras ditavam as normas do jogo. Com a virada na mesa da tecnologia, começam a angariar postos mais altos na escala dos negócios:

Num golpe para os artistas e para benefício das empresas de telecomunicações, a Suprema Corte do Canadá decidiu nesta quinta-feira (12) que compositores e editoras musicais não têm direito a receber pelos direitos de execução de canções baixadas na internet. [...] O tribunal decidiu também que as amostras de músicas em lojas on-line, como o iTunes, da Apple, não infringem as leis de direitos autorais e não resultam no pagamento de taxas. Já a música tocada em streaming continua tendo de pagar (JUSTIÇA..., *GI*, 12/07/2012).

Conflitos entre gravadoras e artistas – dada a obsolescência dos contratos antigos quando da não previsão de outros formatos de exploração da obra que não fosse o do material físico (*CD*) – já não fazem sentido, pelo menos no Canadá. Compositores e detentores de direitos autorais ficaram sem os habituais pagamentos de taxas pela execução musical quando a Suprema Corte canadense decidiu que execuções de músicas baixadas da *internet* e amostras de músicas não infringem as leis de direitos autorais e, portanto, não carecem de pagamento das taxas.

Na cadeia do novo negócio, o *MP3* adquirido não é de propriedade de quem compra, mas de quem é detentor dos direitos, embora o mesmo seja vendido por um terceiro envolvido, no caso, as lojas de *MP3*, como o *iTunes* da *Apple*, o que gera conflitos no uso. O ator Bruce Willis, por exemplo, queria deixar suas músicas em *MP3* de herança para suas filhas, mas segundo informações do advogado, Renato Opice Blum, especializado em direito digital, “na prática, quem compra uma música *on-line* não é dono dela, e sim tem o direito de usá-la temporariamente e de acordo com as regras do vendedor” (DEMETRIO, *GI*, 3/09/2015). O advogado dá mais detalhes sobre o licenciamento de uso que revelam a complexidade desse assunto:

Segundo Opice Blum, os usuários que compram músicas da Apple também estão sujeitos à licença temporária de uso. “Não sei quais fundamentos o ator poderá usar para tornar esse licenciamento temporário em algo perpétuo. Normalmente, os conteúdos são licenciados assim, porque eles dependem dos acordos das empresas que os vendem com os detentores de direitos

autorais”, explica o advogado. “É muito difícil você quebrar essas cláusulas, porque não é algo abusivo, é algo que decorre de um contrato da Apple com outra empresa.” Sendo assim, o usuário tem o direito de uso temporário das músicas, mas pode haver suspensão do direito se, em um exemplo extremo, houver algum problema de contrato entre a Apple e as gravadoras, explica Opice Blum (DEMETRIO, *G1*, 3/09/2012).

De acordo, por exemplo, com os termos e condições do *iTunes Service*,⁶⁰ um dos maiores *sites* de venda de música digital, o usuário poderá compartilhar produtos com até seis membros da “família” e até dez dispositivos por conta:

O Compartilhamento Familiar permite que você compartilhe produtos qualificados da iTunes App Store, Mac App Store e iBooks Store com até seis membros (incluindo você) de uma “Família”. Se você configurar ou se unir a uma Família, poderá visualizar os produtos qualificados dos membros da Família e baixar esses produtos para seu dispositivo ou computador compatível.

Todos os membros da Família devem usar a mesma região ou país da iTunes Store. Músicas, filmes, programas de TV e livros podem ser baixados do serviço do iTunes em até 10 dispositivos por conta, apenas cinco dos quais podem ser computadores; apps qualificados podem ser baixados para qualquer dispositivo que o membro da Família possua ou controle. Nem todos os produtos, incluindo Compras em apps, conteúdo que não está disponível para novos downloads, assinaturas e alguns apps previamente comprados, estão qualificados para o Compartilhamento Familiar. A Apple reserva-se o direito de desfazer uma Família de acordo com a seção “Rescisão” deste Contrato (APPLE, 2015).⁶¹

Outros termos também foram identificados e merecem destaque pelo tratamento permitido pela empresa aos seus usuários, o que inclui inúmeras restrições e abusos contratuais:

Sem prejuízo de qualquer disposição deste Contrato, a Apple e seus representantes se reservam o direito de alterar, suspender, remover ou desabilitar o acesso a quaisquer Produtos iTunes, conteúdos ou outros materiais, constituindo uma parte do Serviço iTunes, a qualquer momento, sem aviso. Em hipótese alguma, a Apple será responsabilizada por ter realizado tais alterações. A Apple poderá ainda impor limites sobre o uso de ou acesso a determinadas funcionalidades ou partes do Serviço iTunes, em qualquer caso e sem aviso ou responsabilidade.

⁶⁰ Até a redação deste texto, a última atualização dos termos e condições do *iTunes* foi feita em 30 de junho de 2015, mas, em maio de 2016, observamos que havia nova atualização, de 21 de outubro de 2015, que, por ser posterior à redação deste texto, não foi levada em conta nesta análise que aqui fazemos. Os termos e condições estão disponíveis em: <<https://www.apple.com/legal/internet-services/itunes/br/terms.html>>.

⁶¹ Cf. <<https://www.apple.com/legal/internet-services/itunes/br/terms.html>>.

Todos os direitos autorais relacionados ao Serviço iTunes (incluindo a compilação de conteúdo, postagens, links para outros recursos de Internet e descrições destes recursos) e software relacionados são de propriedade da Apple e/ou seus licenciados, que reservam todos os seus direitos previstos em lei e equidade. A UTILIZAÇÃO DO SOFTWARE OU QUALQUER PARTE DOS SERVIÇOS, EXCETO PARA USO DO SERVIÇO ITUNES COMO PERMITIDO NESTE CONTRATO, É ESTRITAMENTE PROIBIDA E VIOLA OS DIREITOS DE PROPRIEDADE INTELECTUAL DE TERCEIROS, PODENDO SUJEITÁ-LO A PENALIDADES CIVIS E CRIMINAIS, INCLUINDO POSSÍVEIS DANOS PATRIMONIAIS POR VIOLAÇÃO DE DIREITOS AUTORAIS

A APPLE NÃO ASSEGURA, DECLARA OU GARANTE QUE SEU USO DO SERVIÇO ITUNES SERÁ ININTERRUPTO E LIVRE DE ERROS, E VOCÊ CONCORDA QUE A APPLE PODE, PERIODICAMENTE, REMOVER O SERVIÇO ITUNES POR PERÍODOS DE TEMPO INDETERMINADOS, OU CANCELAR O SERVIÇO ITUNES A QUALQUER MOMENTO, SEM AVISO A VOCÊ.

AO USAR O SERVIÇO ITUNES, VOCÊ CONCORDA, NA MÁXIMA EXTENSÃO PERMITIDA POR LEI, EM INDENIZAR E MANTER A APPLE, SEUS DIRETORES, ADMINISTRADORES, EMPREGADOS, AFILIADAS, PREPOSTOS, CONTRATANTES E LICENCIANTES DA APPLE LIVRES DE DANOS COM RELAÇÃO A QUAISQUER RECLAMAÇÕES RESULTANTES DE SUA VIOLAÇÃO DESTE CONTRATO, SEU USO DO SERVIÇO ITUNES OU QUALQUER MEDIDA TOMADA PELA APPLE COMO PARTE DA INVESTIGAÇÃO DE UMA SUSPEITA DE VIOLAÇÃO DESTE CONTRATO OU COMO RESULTADO DE SUA CONCLUSÃO OU DECISÃO DE QUE OCORREU UMA VIOLAÇÃO DESTE CONTRATO.

A Apple reserva-se o direito de, a qualquer momento, modificar o presente Contrato e impor termos ou condições novos ou adicionais sobre seu uso do Serviço iTunes. Tais modificações e termos e condições adicionais terão vigência imediata e serão incorporados a este Contrato. A continuação de seu uso do Serviço iTunes será considerado como aceitação dos mesmos.

Você concorda em não modificar, alugar, arrendar, emprestar, vender, distribuir ou criar obras derivadas baseadas no Serviço iTunes de qualquer forma [...] (APPLE, 2015, caixa-alta do original).

A *iTunes Music Store* foi criada em janeiro de 2001 pela *Apple* e sua versão brasileira surgiu em dezembro de 2011. Nesse período, um serviço pioneiro de venda de música *on-line*. Ser a primeira a comercializar permite às empresas comandar preços e margens de lucros mais altos. Estar à frente, mesmo que por poucos meses da concorrência, pode significar a diferença entre o sucesso e o fracasso, segundo Rifkin (2001). Quanto mais rápido um produto vai para o mercado, maior é seu tempo de vida, conseguindo ter lucro antes de o produto se tornar obsoleto. Nesse sentido, a *iTunes Music Store* inaugurou, conforme visto

anteriormente, antes mesmo do surgimento do serviço de música *on-line*, por *streaming*,⁶² a ideia de *acesso* e não mais de *propriedade* sobre os arquivos digitais. Consideramos que há nisso uma importante mudança de paradigma, conforme observa Rifkin (2001):

Na nova era, os mercados estão cedendo lugar às redes, e a noção de propriedade está sendo substituída rapidamente pelo acesso. [...] Isso não significa que a propriedade ira desaparecer no início da Era do Acesso. Ao contrário. A propriedade continuará a existir, mas com uma probabilidade menor de ser trocada em mercados. Em vez disso, os fornecedores detêm a propriedade na nova economia e fazer leasing, alugam ou cobram uma taxa pela admissão, pela assinatura ou pela associação a curto prazo. A troca de bens entre vendedores e compradores – o aspecto mais importante do sistema de mercado moderno – dá lugar ao acesso a curto prazo entre servidores e clientes que operam em rede (RIFKIN, 2001, p. 4).

Nesses termos, as condições impostas pela empresa aos usuários apontam inúmeras restrições no uso dos produtos e/ou serviços adquiridos, dos quais, podemos sugerir, o internauta não se dá conta, prova disso é o caso do ator Bruce Willis que citamos anteriormente.

Observamos a menção de relações contratuais nos termos e condições, vistos acima, entre a referida corporação e “licenciantes”, assim como aparecem os “direitos de propriedade intelectual de terceiros”. Enfim, parece um tipo de negócio no qual se vende algo que não se tem propriedade, ficando restrito a determinados direitos (de distribuição) e de licenças (de uso), típicos dos negócios contemporâneos baseados em novas tecnologias (de acesso), como afirma Rifkin (2001).

As consequências desastrosas de relações contratuais dessa natureza se assemelham aos resultados da terceirização,⁶³ que já são conhecidos por parte da classe trabalhadora⁶⁴ e também não são novidade no âmbito da cultura, considerando projetos de lei (nº 1974 e nº 1975), no Rio de Janeiro, que, desde 2009, buscavam terceirizar as instituições vinculadas à

⁶² Serviços de “rádio” na rede apareceram nas notícias ainda em 2006, citando o *Pandora* (fundado em 2000) e *Last.fm* (fundado em 2002) como serviços baseados em gosto musical (ou sistemas de recomendação), via *streaming*, ou seja, sem baixar. O serviço de música *on-line* *Deezer* (fundado em 2007) apareceu nas notícias analisadas ainda em 2008, assim como o serviço *Rhapsody* (fundado em 2001), mas foi a partir de 2011 que as notícias de música *on-line* por *streaming* começaram a se tornar frequentes, indicando novas mudanças no mercado.

⁶³ Segundo o dicionário Houaiss, terceirização é a “forma de organização estrutural que permite a uma empresa transferir a outra suas atividades-meio, proporcionando maior disponibilidade de recursos para sua atividade-fim, reduzindo a estrutura operacional, diminuindo os custos, economizando recursos e desburocratizando a administração” (In: DICIONÁRIO Houaiss, 2009, p. 1831).

⁶⁴ Luta de organizações trabalhistas, como a CUT – Central Única dos Trabalhadores – contra a aprovação da PL 4330/2004, que “dispõe sobre o contrato de prestação de serviço a terceiros e as relações de trabalho dele decorrentes”. Cf. <<http://www.cut.org.br/agenda/mais-luta-contr-pl-4330-6719/>>.

Secretaria da Cultura,⁶⁵ o que já se tornou fato em São Paulo, pelo relato em 2012, do maestro Júlio Medaglia,⁶⁶ diretor artístico da Orquestra do Theatro São Pedro, sobre a má administração de entidades, como a do Instituto Pensarte, nos espaços destinados à cultura na cidade.

A este respeito, Thomaz Wood Jr., em matéria intitulada “Fim do trabalho?”, publicada na revista *Carta Capital*, pinta o cenário do “fim do trabalho”, mutações que afetam também a classe artística e os usuários pelos avanços das tecnologias da comunicação e informação e empresas congêneres com a produção e exploração de outros bens:

Thompson identifica três grandes tendências. A primeira delas é a superação do trabalho pelo capital. Desde os anos 1980, as empresas investiram em reestruturações e em automação industrial, na busca de formas eficientes para organizar o trabalho e automatizar seus processos. O resultado foi o enxugamento dos quadros e uma perda progressiva do poder de barganha do trabalho diante do capital. A segunda tendência é o desaparecimento progressivo do trabalhador. Estatísticas norte-americanas indicam um aumento inexorável do percentual de homens que não estão trabalhando ou procurando por trabalho. A terceira tendência relaciona-se ao avanço das tecnologias de informação e comunicação. Os impactos de mudanças tecnológicas podem demorar anos para se manifestar, mas quando ocorrem são contundentes (WOOD JR., *Carta Capital*, 3/08/2015).

O mesmo autor também esclarece a função social do trabalho que vai ao encontro, inclusive, das críticas dos artistas frente à nova economia baseada em informação e entretenimento:

O trabalho preenche três funções sociais: é uma forma pela qual a economia produz bens, um meio de as pessoas garantirem seu sustento e uma atividade que provê sentido e propósito à vida das pessoas. O que ocorrerá se as tendências acima mencionadas se aprofundarem? A primeira função social parece cada vez menos dependente de trabalhadores. A economia poderá continuar produzindo bens, com menor número de empregos. Mas sem salários, quem irá consumi-los? A terceira função social poderá ser substituída, uma vez que há outras atividades passíveis de prover sentido e propósito para os indivíduos. Mas o que ocorrerá com a segunda função social? Como continuar a garantir o sustento sem uma oferta condizente de empregos (WOOD JR., *Carta Capital*, 3/08/2015).

⁶⁵ Sobre esse assunto, confira a matéria “Terceirização da cultura gera novas mobilizações” (FRADKIN, *O Globo*, 3/04/2009), disponível em: <<http://www.canalcontemporaneo.art.br/brasa/archives/002181.html>>.

⁶⁶ Confira a reportagem “Maestro Júlio Medaglia lamenta terceirização da cultura em São Paulo”, publicada em 10 de agosto de 2012, e disponibilizada aqui: <<http://www.redebrasilatual.com.br/entretenimento/2012/08/julio-medaglia-critica-terceirizacao-da-cultura-feita-pelo-governo-de-sao-paulo>>.

No que se refere aos artistas, observamos a redução de seu quadro nas gravadoras⁶⁷ e também uma redefinição dessa classe pelo surgimento de novos tipos de artistas, que não aqueles produzidos pela indústria, dado o surgimento de novos meios – tecnologia digital disponível e acessível – de produção cultural.

Em relação ao usuário, preserva-se o engajamento consumidor – pelos múltiplos produtos e subprodutos dessa nova cadeia – e precarizam-se as relações de consumo, como vimos acima, nos termos e condições do *iTunes*, fragilizando direitos conquistados do consumidor pela ausência de legislação no setor. Além disso, torna o consumidor refém das intempéries do mercado baseado em audiência: construção e uso de perfis consumidores para potencialização do consumo, perda de privacidade e segurança na *web*, propaganda direcionada, engajamento de marcas etc. Parece haver uma terceirização compulsória da cultura, reduzindo a estrutura operacional, economizando recursos e reduzindo custos, o que só atende aos interesses das megacorporações de entretenimento digital, levando ao extremo a noção de arte como mercadoria.

Se concordamos que o trabalho está em mutação, é preciso ficarmos atentos aos lazeres desta nova arena. Espaço desterritorializado, simultaneidade, popularidade baseada na audiência e atenção, fragilização das barreiras entre o público e o privado etc. Há que considerar que problematizações em torno dessas práticas ainda são incipientes. Daí os esforços empenhados pelo campo de estudos, nessa área, serem fundamentais e merecerem visibilidade.

Por fim, sobre os Direitos Autorais, Cruz (2008) nos alerta afirmando que parece claro que as medidas de proteção não se referem aos autores, mas sim ao modelo de negócio. Para esclarecer, introduz as características que diferenciam uma cultura comercial de uma cultura não comercial:

A cultura não comercial é aquela que não é destinada à troca no mercado. Ela pode ser uma cultura independente da cultura comercial – como a cultura popular – ou ser uma expressão cultural derivada da cultura comercial, como o compartilhamento de músicas, gravação de fitas, reencenação de peças de teatro etc. A cultura não-comercial foi por muito tempo desregulamentada, pois o foco da lei de direito autoral sempre foi a cultura mercantilizada. Contudo, a inserção da tecnologia da Internet criou um cenário ideal para o rompimento da divisão entre o que era e o que não era controlado pela lei de direito autoral, que, pressionada por grandes detentores de direitos, ampliou-se para alcançar os modos cotidianos pelos quais os indivíduos criam e compartilham a cultura. [...] tais transformações nas leis são justificadas

⁶⁷ Cf. “Pirataria leva gravadoras a lançar menos artistas”, em: <<http://www.culturaemercado.com.br/site/direitoautoral/pirataria-leva-gravadoras-a-lancar-menos-artistas/>>.

como indispensáveis à proteção da criatividade comercial. Todavia, a medida protecionista não está mais relacionada à proteção do autor, criador ou artista, e sim às formas de negócios que envolvem o monopólio da produção e distribuição da cultura comercial. A ameaça apresentada pelas novas tecnologias – por sua arquitetura de troca e de compartilhamento da cultura comercial e não comercial – foi suficiente para que tais empresas se unissem com o intuito de pressionar os legisladores a usarem a lei para proteger suas formas de negócio. Mas as empresas não estão se protegendo somente contra o uso inadequado de seus produtos, mas também de um novo mercado de criação e distribuição cultural impulsionado pela Internet, potencialmente mais rico, diversificado, criativo e que poderia ser fomentado caso não houvesse tal enrijecimento das leis autorais (CRUZ, 2008, p. 98).

Concordamos com Williams (2011a) que afirma que os processos sociais de inovação – característicos desse contexto de criação e reprodução cultural oriundo da *internet*, como afirma Cruz (2008) – estão subordinados, em certa medida, ao surgimento de novos tipos de produtores ou interesses que dão apoio à novas obras e também estão subordinados à redefinição de uma classe social existente, de modo que novos tipos de obra sejam necessários.

Dessa forma, ancorada na Sociologia da Cultura (WILLIAMS, 2011a), que reconhece a cultura como sistema de significações mediante o qual, necessariamente, uma dada ordem social é comunicada, reproduzida e vivenciada, salientamos que a contemporaneidade tem multiplicado representações de práticas de lazer. É dessa maneira que o portal *GI* se manifesta em relação ao *download* de música na *web*, com um discurso que não nos parece imparcial – por favorecer, em grande medida, falas da indústria em detrimento de um olhar ampliado sobre o fenômeno – e que se define pela ausência de um debate mais qualificado com a participação mais equitativa de outros atores sociais. Essas representações se mostram cada vez mais alvo de conflitos e tensões que, por vezes, são negligenciadas.

2.4 O Brasil e o mundo em busca de “padrões internacionais de luta contra a pirataria”⁶⁸

De acordo com Soares (2012), desde 2007 estava sendo discutido por alguns países um acordo que previa estabelecer padrões internacionais para o cumprimento da legislação de propriedade intelectual. Intitulado *Anti-Counterfeiting Trade Agreement* (ACTA), em

⁶⁸ Fala de Soraya Sáenz de Santamaría, vice-presidente da Espanha, sobre aprovação de nova lei (Sinde) contra o *download* de conteúdo protegido (ESPANHA..., *GI*, 2/01/2012).

português, Acordo Comercial Anticontrafação ou Antipirataria, esse tratado realizou sete rondas negociais desde junho de 2008:

O pacto goza de amplo apoio dos produtores de música, filmes e uma gama de outros produtos que desfrutam da proteção de direitos de autor e propriedade intelectual, como marcas comerciais, patentes, desenhos e indicações geográficas. O acordo de longo alcance cobriria tudo, desde a falsificação de medicamentos à pirataria on-line. Os Estados Unidos assinaram o ACTA em outubro de 2011, ao lado de outros sete países: Austrália, Canadá, Coreia do Sul, Japão, Nova Zelândia, Marrocos e Singapura. A União Europeia assinou o ACTA em 26 de janeiro de 2012, em Tóquio (SOARES, 2012, p. 87).

O tratado parece bastante criticado pelo fato das negociações ocorrerem entre uma minoria, de forma sigilosa – às margens dos fóruns como Organização Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI), Organização Mundial do Comércio (OMC) e Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OECD) –, sem debate público, tentando impor medidas, para usar expressão de Caue Seigne Ameni, “por baixo dos panos” (AMENI, 2012). Conforme observa Furnas:

Os acordos internacionais sobre propriedade intelectual – de Berna, no século 19, ao ACTA, no 21, tendem a seguir alguns contornos gerais. As leis sobre o tema sempre estabeleceram algum equilíbrio entre os interesses dos autores e os do público em geral. Mas os acordos internacionais, não. [...] No ACTA, os “direitos, limites, exceções ou defesas contra infração ao copyright ou direitos relacionados” são omitidos, e relegados a matéria para as leis nacionais (FURNAS, 2012).

Nesse sentido, um conjunto de mensagens diplomáticas dos EUA, segundo Furnas, reveladas pelo *WikiLeaks*⁶⁹ e processadas pelo *site La Quadrature du Net*⁷⁰ expôs, em 2010, as intenções das partes que promoviam tal negociação. Uma mensagem trocada durante a fase inicial, descrevendo as discussões iniciais entre os EUA e o Japão, deixa claro que o objetivo expresso do ACTA foi, desde o começo, “estabelecer um ‘padrão de ouro’ para a proteção da propriedade intelectual entre um pequeno número de nações determinadas, a que os outros países desejarão aderir” (FURNAS, 2012). No documento vazado, evidenciavam-se, também, indícios de que o acordo planejava beneficiar grandes corporações com o prejuízo dos direitos

⁶⁹ A página da *WikiLeaks*, organização transnacional que divulga em sua página na *internet* informações sigilosas de governos e empresas sem revelar suas fontes, pode ser acessada aqui: <https://wikileaks.org/plusd/cables/06TOKYO3567_a.html>.

⁷⁰ *La Quadrature du Net*, segundo sua própria definição, “é uma associação sem fins lucrativos que defende os direitos e a liberdade dos cidadãos na *internet*”. A página oficial pode ser acessada aqui: <<http://www.laquadrature.net/en/wikileaks-cables-shine-light-on-acta-history>>.

civis de privacidade e liberdade de expressão. O acordo teria ganhado novos adeptos, como o Parlamento Europeu, em 2012, contudo, o tratado multilateral ainda não entrou em vigor.

Da mesma forma, o SOPA – *Stop Online Piracy Act* – é um projeto de lei em discussão no Congresso dos Estados Unidos que já provocou manifestações e interrupções de serviços de *sites* importantes como *Google*, *Wikipedia* e *Craigslist*:

O texto do SOPA propõe penas até 5 anos de prisão para os condenados por compartilhar conteúdo pirata por 10 ou mais vezes ao longo de 6 meses. Os sites também poderiam ser punidos pela acusação de “permitir ou facilitar” a pirataria. A punição seria o encerramento dos serviços e banimento de provedores de Internet, sistemas de pagamento e anunciantes em nível internacional. Pela lei, qualquer site pode ser fechado apenas por ter conexão com outro site suspeito de pirataria, a pedido do governo dos EUA ou dos geradores de conteúdo. Ferramentas de busca como o *Google*, por exemplo, teriam que remover dos resultados das pesquisas endereços que compartilhem conteúdo pirata, correndo o risco de também serem punidos (SOARES, 2012, p. 86).

Dado o seu teor polêmico, em janeiro de 2012, esse projeto foi suspenso por falta de um amplo acordo.⁷¹

Também nos EUA, identificamos o *Protect Ip Act – Preventing Real Online Threats to Economic Creativity and Theft of Intellectual Property Act of 2011* – comumente conhecida como PIPA, que é uma lei proposta nos Estados Unidos, em maio de 2011, para combater *sites* relacionados à pirataria, especialmente *sites* hospedados fora dos Estados Unidos,⁷² Também não aprovada pelos mesmos motivos que o projeto SOPA.⁷³

Observamos que é justamente neste período de investigação desta pesquisa que discussões em torno do ACTA e outras leis, a maioria de origem norte-americana, têm início, e que outras ações ao redor do mundo começaram a ganhar destaque a este respeito entre as notícias analisadas, como a aprovação de lei pelo Senado Francês contra o download “ilegal”:

O Senado da França deu sua aprovação final, nesta quarta-feira (13), à lei que prevê punir quem faz download ilegal de filmes e música com a desconexão da internet. Por 189 votos a favor e apenas 14 contra, os senadores seguiram os deputados do país, que já haviam aprovado o projeto de lei na terça. O presidente francês, Nicolas Sarkozy, é o principal defensor da nova lei antipirataria. [...] A nova lei cria o que pode ser considerada a

⁷¹ Sobre o projeto SOPA, confira: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Stop_Online_Piracy_Act>.

⁷² Sobre o PIPA, confira: <https://pt.wikipedia.org/wiki/PROTECT_IP_Act>.

⁷³ Sobre a não aprovação dos projetos mencionados, confira matéria de Nilton Kleina, “SOPA e PIPA não foram aprovados por causa dos protestos”, diz chefe do MPAA”, publicada em 20 de janeiro de 2012 e disponível no link: <<http://www.tecmundo.com.br/pirataria/18212-sopa-e-pipa-nao-foram-aprovados-por-causa-dos-protestos-diz-chefe-do-mpaa.htm>>.

primeira agência governamental para punir os piratas on-line. [...] De acordo com a nova lei francesa, os acusados de pirataria on-line receberão dois e-mails, seguidos de uma notificação oficial. Se os downloads ilegais continuarem a ser feitos pelos infratores dentro de um período de um ano após os avisos, o acesso à internet dessas pessoas será cortado por um período que vai de dois meses a um ano. Mas os punidos deverão continuar a pagar pela manutenção do serviço, mesmo durante esse período de inatividade. [...] A tarefa de monitorar esses usuários, no entanto, ficaria a cargo dos órgãos de defesa da indústria do entretenimento (SENADO..., *G1*, 13/05/2009).

Intitulada como HADOPI, no original, em francês, *Haute Autorité pour la Diffusion des Oeuvres et la Protection des Droits sur Internet*, que, em tradução livre para o português, significa Alta Autoridade para Difusão das Obras e Proteção dos Direitos na *Internet*, é uma lei que propõe a criação de uma administração capaz de vigiar e punir atividades de *download* e troca de arquivos ilegais na rede. De acordo com Soares (2012):

O texto inicial de HADOPI propõe que os detentores de direitos autorais (artistas, produtores e editores) colaborem com os agentes públicos fiscalizadores habilitados pela Alta Autoridade na atividade de combate à contravenção, identificando na Rede o uso de ferramentas para a transmissão ilícita de bens culturais protegidos por direitos de autor (como, por exemplo, programas peer-to-peer e o acesso a sites de hospedagem de arquivos). Para isso, os proprietários dos direitos recorrem a sociedades especializadas no reconhecimento de endereços IP das máquinas que partilham os conteúdos ilegalmente na Rede. HADOPI determina que seus agentes fiscalizadores obtenham, junto aos operadores de comunicações eletrônicas, informações como a identidade, o endereço postal, o endereço eletrônico e os contatos telefônicos dos usuários cadastrados em seus bancos de dados (SOARES, 2012, p. 84).

Contudo, opositores socialistas a Sarkozy, de acordo com a notícia abaixo, consideraram diversas partes da nova legislação como inconstitucionais, considerando que:

“Esses poderes podem restringir... o direito das pessoas de se expressarem e de se comunicarem livremente”, disse em nota à imprensa. Sarkozy apoiou a lei que envergonhou a oposição Socialista e contrariou muitos no mundo das artes. “A decisão foi muito clara. A alma da proposta do governo ... foi cancelada. Isso significa que a internet é um direito”, disse Jean-Marc Ayrault, presidente do partido Socialista na Câmara (TRIBUNAL..., *G1*, 10/06/2009).

Dessa forma, a lei HADOPI, que foi aprovada em junho de 2009 e posta em prática em setembro de 2010,⁷⁴ teve parte revogada – suspensão da *internet* a um infrator reincidente – pelo governo francês em julho de 2013 por ser considerada desproporcional.

Já na Espanha, a lei Sinde foi aprovada buscando adotar os “padrões internacionais de luta contra a pirataria”:

Espanha aprova lei contra o download de conteúdo protegido. A nova norma, que o governo socialista precedente decidiu não implementar devido à forte oposição na internet, colocará em vigor a lei Sinde, que tem o nome da ministra da Cultura do governo anterior e prevê o fechamento de sites de troca de arquivos na web que oferecem material protegido por direitos autorais sem autorização. “Só agiremos, com a devida proteção judicial, contra aqueles que lucram indevidamente com os direitos...contra aqueles que fazem negócios”, disse Soraya Sáenz de Santamaría, em entrevista coletiva posterior à segunda reunião do novo gabinete da Espanha. Assim, o procedimento estabelecido pelo novo código não se volta contra os usuários, mas sim contra os prestadores de serviço de informação que violem direitos de propriedade intelectual, seja pela oferta de conteúdo ilegal ou oferecendo serviços de intermediação. [...] Ela afirmou que, com essas medidas, a Espanha adota os “padrões internacionais de luta contra a pirataria” (ESPANHA..., *GI*, 2/01/2002).

De acordo com Soares, desde março de 2012, está em vigor, na Espanha, a lei batizada *Sinde-Wert* (em referência a Ángeles Gonzáles-Sinde, antiga ministra da Cultura, e José Ignacio Wert, seu sucessor). “Esta lei permite ao governo fechar ou tirar *sites* do ar sem ordem judicial. [...] A lei começou a ser discutida em 2009. Gerou uma onda de protestos por todo o país, mas apesar de toda oposição, foi aprovada pelo governo no início de 2012” (SOARES, 2012, p. 85).

No Reino Unido, acordo entre gravadoras previa desconectar da *internet* quem fizesse *download* “ilegal”:

O acordo prevê que a Universal informe à Virgin quais de seus clientes na internet estão fazendo upload ilegal de músicas para serem copiadas de graça por terceiros. Com isso, o provedor vai avisar a esses clientes identificados que se eles não interromperem essa atividade ilegal terão seu serviço de internet bloqueado, provavelmente de forma temporária, conforme informou o jornal britânico “Daily Mail”. No entanto, antes de chegar a esse estágio, a Virgin espera que esses clientes escolham migrar para o serviço de assinatura mensal de música (ACORDO..., *GI*, 16/06/2014).

⁷⁴ Sobre a aplicação da lei, veja matéria de Fernando Martines, “Lei Hadopi começa a ser aplicada”, publicada em setembro de 2010 no *Estadão* e disponível nesse link: <<http://blogs.estadao.com.br/link/lei-hadopi-comeca-a-ser-aplicada/>>.

A permissiva legislação, ao conceder direitos às gravadoras, ou seja, aos detentores dos direitos autorais, permitia desiguais relações de poder, já que as gravadoras teriam plenos poderes para bloquear o serviço de *internet* de usuários, caso os mesmos não migrassem para seus serviços de assinatura mensal, com claro interesse financeiro, à revelia dos direitos dos cidadãos, sem oferecer escolha. Os direitos de privacidade, segurança e liberdade de expressão, como direitos humanos, portanto, universais, ficam bastante comprometidos em todas as nações que compactuam e aderem a este tipo de legislação:

O governo britânico está preparando um projeto de lei que obrigará os provedores de serviços da internet a “desconectar” usuários reincidentes no download ilegal de música ou filmes. Os clientes suspeitos desse tipo de prática receberão um aviso quando forem identificados pela primeira vez, serão suspensos por algum tempo na segunda tentativa e, se voltarem a reincidir, ficarão sem conexão. Segundo a imprensa britânica, que teve acesso aos dados, as companhias de banda larga que não cumprirem a determinação enfrentarão medidas legais. Os nomes e outros detalhes dos clientes infratores poderiam ser informados aos tribunais, mas o governo ainda não decidiu se os diferentes provedores de serviços da internet poderão compartilhar esses dados (GOVERNO..., *GI*, 12/02/2008).

Citados, os provedores de *internet* da Grã-Bretanha (*BT*, *Virgin Media*, *Carphone Warehouse*, *Tiscali*, *BSkyB* e *Orange*) se manifestaram e foram incluídos, em um comentário breve, no último parágrafo da notícia abaixo:

A medida segue a decisão do governo francês de banir o acesso à internet daqueles que repetidamente fazem downloads considerados ilegais. Os provedores preferem um acordo voluntário e argumentam que, como muitas condutas, não é de sua natureza policiar a internet (BRITÂNICOS..., *GI*, 22/02/2008).

Cruz (2008) esclarece que os processos judiciais, nesses casos, identificam os suspeitos de compartilhar arquivos apenas por sua identificação numérica, conhecida como *Internet Protocol* (IP), atribuída aos suspeitos por seus provedores de serviço de *internet*.

Segundo Selaimen (2010), os provedores de acesso são nodos tecnológicos fundamentais para a garantia ou violação dos direitos dos usuários, predominantemente do direito à privacidade e à liberdade de expressão. A falta de leis específicas para a proteção da privacidade na *internet* abre espaço para o monitoramento indevido, uso não autorizado e comercialização de dados pessoais. Nesse caso, os provedores de acesso exigem, para sua operação, um determinado nível de monitoramento e controle sobre as ações de seus usuários, com coleta e armazenamento de informações relativas ao uso de seus serviços. Contudo, a linguagem jurídica inacessível ao sujeito comum em seus contratos de serviços, torna o

usuário comum vulnerável à violação de privacidade.

Segundo Vidal (2010), os conceitos unitários de privacidade podem albergar-se dentro de quatro principais categorias: o direito de estar só, o resguardo contra interferências alheias, o segredo ou sigilo e o controle sobre informações pessoais. Para o autor, o interesse por informações pessoais é, atualmente, o principal elemento que leva à erosão e desvalorização do direito à privacidade:

Como direito da personalidade, a proteção da vida privada e da intimidade tem seu maior fundamento na dignidade da pessoa humana. É necessário que a privacidade, entendida aí como garantia individual, seja valorada e sopesada em relação a outros princípios como: segurança e liberdade de expressão (VIDAL, 2010, p. 3).

No Brasil, a questão inaugural quanto à legislação nesse segmento se deu com a Lei Azeredo, classificada como “censura” pelo ex-presidente Lula, durante a sua participação no 10º Fórum Internacional de Software Livre (FISL). Esse posicionamento foi divulgado pelo portal *GI*:

“Essa lei que está aí não visa corrigir abuso de internet. Na verdade, quer fazer censura. Precisamos responsabilizar as pessoas que trabalham com internet, mas não proibir ou condenar. É interesse polícialesco fazer uma lei que permite que as pessoas adentrem a casa de outras para saber o que estão fazendo, até sequestrando os computadores. Não é possível”, disse Lula, após ouvir apelos da plateia para vetar a lei, segundo reportagem da “Agência Brasil”. O projeto, que ainda tramita no Congresso Nacional, prevê que quem obtiver ou transferir dado ou informação disponível em rede de computadores, dispositivo de comunicação ou sistema informatizado sem autorização do legítimo titular, poderá ser preso. Para professores de comunicação e organizações ligadas à internet, atividades corriqueiras no mundo virtual, como baixar uma música ou um filme, poderão ser interpretadas como crime (LULA..., *GI*, 26/06/2009).

De acordo com Paganotti, o projeto de lei 84/99 foi proposto em 1999 pelo ex-deputado Luiz Piauhyllino (PSDB-PE), porém, ganhou reconhecimento nacional após o trabalho de seu relator, o ex-senador Eduardo Azeredo (PSDB-MG), e que levou a esse projeto a ser conhecido como “Lei Azeredo”. Sobre essa lei:

A proposta original pretendia incluir no Código Penal brasileiro ciber-crimes como a disseminação de vírus, o estelionato eletrônico (como o roubo de senhas), a divulgação inadvertida de dados pessoais e a criminalização não só da produção e divulgação de conteúdos que promovem a pedofilia, mas também o armazenamento desses materiais. O projeto também criava regras para identificar e armazenar dados de usuários para potencialmente

identificar melhor os suspeitos de incorrer nesses crimes, obrigando provedores a preservar esses registros por 3 anos e ampliando suas obrigações de fiscalização e denúncia de crimes. Com as emendas na relatoria, seus 18 artigos originais passaram para mais de 20, porém somente cinco artigos foram aprovados pelo Congresso em 2012 – e dois deles, sobre a falsificação de cartões de crédito e a divulgação de dados estratégicos militares, ainda foram finalmente vetados pela presidência. O resultado final sancionado na Lei 12.735, de 30 de novembro de 2012, trata somente de uma vaga proposta de estruturação do policiamento para investigar os crimes em rede de computadores e da ampliação do escopo de ação dos juízes [...] (PAGANOTTI, 2013, p. 132).

Segundo o autor, o projeto de lei criminalizava práticas como invasão de sistemas digitais, divulgação de dados privados e difusão de vírus – crimes que não apresentavam tipificação explícita no antigo código criminal brasileiro. “Esse projeto atraiu polêmica por seu caráter punitivo e pelo temor de que seus artigos poderiam dificultar a liberdade de expressão, a privacidade e o anonimato dos usuários na rede” (PAGANOTTI, 2013, p. 126).

Outro instrumento jurídico que também foi citado entre as notícias é a Lei de Direitos Autorais. Embora tivesse em consulta pública para a sua modernização, essa foi uma proposta que não chegou a se efetivar como foi pensada, embora tenham sido feitos esforços para um debate amplo no período:

Uma política que dê um toque de realidade na legalidade. O ministro da Cultura Gilberto Gil acredita que essa é a essência da sua proposta de regulamentação sobre os direitos autorais, ao falar na abertura de seminário nacional sobre o assunto, nesta quarta-feira (5), no Rio. “Não se deve usar a tecnologia para cercear a liberdade. O marco legal atual criminaliza uma simples cópia de música de um CD para um aparelho de MP3”, disse o ministro, lembrando também que, pela lei em vigor, “boa parte dos estudantes brasileiros comete uma ilegalidade ao copiar trechos de livros nas universidades”. O fórum Direitos Autorais no Século XXI, realizado no Palácio Gustavo Capanema, no Centro do Rio, marcou a abertura do debate que pretende consolidar a posição do Ministério da Cultura sobre o assunto ao longo de 2008, com a realização de seis seminários e 11 oficinas ao redor do país. Só depois o ministério deve enviar uma proposta de lei ao Congresso Nacional. “Não é uma visão romântica da autoralidade. É uma questão econômica. Queremos buscar o equilíbrio entre os direitos dos artistas e as necessidades dos cidadãos e dos investidores culturais”, afirmou Gil (UCHÔA, *GI*, 5/01/2007).

Este período, entre 2007 e 2010,⁷⁵ marca esforços pela reforma da Lei de Direitos Autorais⁷⁶, iniciada por meio de uma consulta pública para sua modernização aos moldes do

⁷⁵ Os esforços para a reforma da Lei de Direitos Autorais, que culminou na sua Consulta Pública, entre 2009 e 2010, constituiu-se como um desdobramento do Fórum Nacional de Direito Autoral, criado pelo Ministério da Cultura, ainda em 2007, com a realização de seminários pelo país e por reuniões com artistas, grupos de classe,

Marco Civil da Internet.⁷⁷ Constituiu-se como um desdobramento do Fórum Nacional de Direito Autoral, criado pelo Ministério da Cultura, ainda em 2007. Essa iniciativa em prol da reforma contou com a realização de seminários pelo país e por reuniões com artistas, grupos de classe, acadêmicos e profissionais de mercado, durante a presidência do governo Lula (2003-2011) e a gestão do Ministério da Cultura pelo músico e compositor Gilberto Gil (2003-2008). Assim, a Lei de Direitos Autorais recebeu mais de sete mil contribuições, no período de 14 de junho a 31 de agosto de 2010, sendo compilada em um documento único e constituindo-se em um projeto de lei nº 3133/2012.⁷⁸ Tal reforma buscou equilibrar o direito do autor e os direitos patrimoniais com o acesso cultural por parte do público, dadas as atuais condições de produção, reprodução e circulação culturais promovidas pela popularização de artefatos tecnológicos e as práticas socioculturais advindas da rede, contudo, parece que não obteve força política para ser levada adiante.

O pioneiro Marco Civil, inspiração para a reforma da Lei de Direitos Autorais, foi criado em 2009 e finalizado em 2010. Realizado na forma de consulta pública para sua elaboração, teve como proposta a transparência e democracia a fim de assegurar direitos e deveres na navegação *web*. Segundo Soares (2012), ao considerarmos as constantes mutações das tecnologias, o texto do Marco Civil deveria abranger questões essenciais, como de fato abrangeu. Foi preciso esquivar-se de interesses unilaterais com legislações restritivas, preservando a dinâmica de *internet* como espaço de colaboração:

Dentre os temas abordados pelo texto do Marco Civil, estão as responsabilidades dos provedores e dos usuários sobre os conteúdos disponibilizados na Rede e as medidas para regulamentar e preservar direitos fundamentais dos internautas (como a privacidade e a liberdade de expressão) (SOARES, 2012, p. 70).

acadêmicos e profissionais de mercado, quando da presidência do governo Lula (2003-2011) e da gestão da pasta pelo músico e compositor Gilberto Gil (2003-2008).

⁷⁶ Em nenhum momento essa questão foi pauta entre as notícias analisadas nesta pesquisa, tendo aparecido apenas como bandeira de luta do Partido Pirata. Como exemplo disso que afirmamos, a reportagem intitulada “Popular site de pirataria ‘patrocina’ banda de rock sueca”, publicada no portal *GI* em novembro de 2007 e disponível nesse link: <<http://g1.globo.com/Noticias/Musica/0,,MUL170006-7085,00-POPULAR+SITE+DE+PIRATARIA+PATROCINA+BANDA+DE+ROCK+SUECA.html>>.

⁷⁷ O Marco Civil da *Internet* aparece citado – apenas uma única vez – no rol de notícias analisadas, e somente na reprodução da fala do fundador do Partido Pirata na Suécia, Rick Falkvinger, em notícia intitulada “‘Conhecimento não é propriedade’, defende sueco do Partido Pirata”, publicada no *GI* em julho de 2007, disponível em: <<http://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/noticia/2012/07/conhecimento-nao-e-propriedade-defende-sueco-do-partido-pirata.html>>.

⁷⁸ Altera a Lei nº 9.610, de 19 de fevereiro de 1998, que “altera, atualiza e consolida a legislação sobre direitos autorais e dá outras providências”. Disponível em: <<http://www.camara.gov.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=534039>>.

Paganotti (2012) relata que, entre os pontos polêmicos tratados no Marco Civil – que justificaram atrasos em sua aprovação pela resistência de produtores culturais e de provedores de *internet* –, estavam o incentivo à produção e utilização de *software* livre nacional, a garantia da neutralidade na rede⁷⁹ e a reforma das leis de direitos autorais. Para esse autor, apesar da iniciativa do Marco Civil na forma de consulta pública ter possibilitado vários avanços, o uso de plataformas colaborativas para outros projetos não conseguiu os mesmos resultados, como foi o caso do abandono do projeto de reformulação da lei brasileira de direitos autorais. Entretanto, o assunto *direito autoral* não deixou de ser tratado no Congresso, pelo menos não sob a forma de consulta, com participação pública. Moraes (2010) afirma que existem, pelo menos, quarenta e três projetos de lei tramitando no Congresso sobre a regulamentação da *internet*.⁸⁰

Justamente um projeto de lei que não foi citado entre as notícias analisadas foi o que deu origem à lei 12853/2013,⁸¹ que altera diversos artigos da Lei de Direitos Autorais nº 9610/1998. A referida lei foi criada a partir do projeto de lei encaminhado pela CPI do ECAD⁸² – Comissão Parlamentar de Inquérito do Escritório Central de Arrecadação e Distribuição. O ECAD⁸³ foi alvo de acusações de irregularidades, entre elas, de ter um sistema frágil, ineficiente e pouco confiável nos registros de obras e de utilizar uma tecnologia defasada e cara no seu sistema de amostragem para distribuição da execução em rádios.⁸⁴ Outras denúncias incluíram irregularidades em seu sistema de arrecadação e distribuição (VIEIRA, 2012; LEÃO, 2012), o que a tornou alvo de CPI, entre 2011 e 2012, em que foram apuradas denúncias de formação de cartel,⁸⁵ desvio de função,⁸⁶ evasão de divisas, além de

⁷⁹ No extremo oposto, encontra-se a restrição ao acesso dos usuários a determinados dados ou serviços pelas operadoras e provedores de *internet*.

⁸⁰ Uma lista de Projetos de Lei na Câmara sobre o controle à *internet* foi realizada por Rodrigo Veleda, do *blog Não sou um número* e pode ser encontrado neste link: <<http://naosouumnumero.blogspot.com.br/2009/12/listagem-atualizada-de-pls-na-camara.html>>.

⁸¹ A Lei 12.853/2013 de 14 de agosto de 2013 “altera os arts. 5º, 68, 97, 98, 99 e 100, acrescenta arts. 98-A, 98-B, 98-C, 99-A, 99-B, 100-A, 100-B e 109-A e revoga o art. 94 da Lei nº 9.610, de 19 de fevereiro de 1998, para dispor sobre a gestão coletiva de direitos autorais, e dá outras providências.” Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2011-2014/2013/Lei/L12853.htm>.

⁸² É de se registrar que, ao longo de sua história, o ECAD foi alvo de outras quatro CPIs: uma da Câmara dos Deputados (1995/96) e três das Assembleia Legislativa, do Mato Grosso do Sul (2005), de São Paulo (2009) e do Rio de Janeiro (2011). Todas apontaram graves irregularidades. O Relatório Final da CPI da Câmara dos Deputados aponta a ocorrência dos crimes de falsidade ideológica, sonegação fiscal, apropriação indébita, enriquecimento ilícito, formação de quadrilha, formação de cartel e abuso de poder econômico (RODRIGUES; NOGUEIRA; FARIAS, 2012, p. 354).

⁸³ Citado apenas duas vezes entre as 713 notícias analisadas e com total neutralidade acerca de sua conduta, nas seguintes notícias: “Marcelo Camelo lança 2º disco e desafia ‘olhar Pokémon’ sobre a arte” (ASSIS, *G1*, 7/04/2011) e “Campeão do download, Fresno vê lado bom de ser chamado de emo” (NOGUEIRA, *G1*, 11/01/2007).

⁸⁴ Segundo o relato do artista Leoni na CPI do ECAD. Cf. ROVAI, *Revista Forum*, 19/08/2011.

⁸⁵ O estatuto da instituição estaria impondo barreiras desproporcionais à entrada de novas associações.

formação de quadrilha e apropriação indébita (TORRES, 2012). Ao todo, foram indiciadas quinze pessoas cujos nomes – todos eles dirigentes do ECAD e de entidades representantes de artistas – foram encaminhados ao Ministério Público.⁸⁷

Segundo o relatório final da CPI do ECAD, observamos tratamentos bastante desiguais entre entidades que representavam direitos de uma variada gama de artistas, o que torna o órgão bastante útil para alguns e bem menos para outros. Embora o relatório indique a urgência da revisão da Lei de Direitos Autorais, ele também observa que a sugestão do projeto de lei que visava dispor sobre a gestão coletiva de direitos autorais não possuía nenhuma vinculação ao anteprojeto de lei de reforma dos direitos autorais que fora apresentado à época, tratando dos esforços da consulta pública para a modernização da lei. A proposição do projeto de lei, segundo o relatório, “responde às demandas por transparência, eficiência, modernização, regulação e fiscalização” (RODRIGUES; NOGUEIRA; FARIAS, 2012, p. 366). Apesar do projeto de lei optar pela manutenção de um único escritório central de arrecadação,⁸⁸ esse ficaria subordinado ao Ministério da Justiça, onde funcionaria uma instância reguladora e supervisora. Na lei em vigor (12853/2013), o órgão a ser criado seria ligado à Administração Pública Federal, no qual o Ministério da Cultura deveria delegar. O relatório final cita a necessidade de um Conselho Nacional de Direitos Autorais⁸⁹ e de uma Secretaria de Direitos Autorais que não foram identificados, durante o desenvolvimento desta pesquisa, em atividade.

Ao que parece, a reforma – sem sucesso – dos direitos autorais incluiu diferentes forças que buscaram legitimar os seus significados acerca dos modos de produzir, reproduzir e acessar cultura(s). Contudo, aparentes desvios também ocorreram no setor e foram lembrados, não pelo *GI*, mas por pesquisadores:

⁸⁶ A entidade não estaria mantendo as características de instituição sem fins lucrativos.

⁸⁷ Para maiores informações, consultar a notícia “CPI do Ecad propõe novas leis e órgãos para gerir direitos autorais” (TORRES, *Agência Senado*, 24/04/2012), disponível em: <<http://www12.senado.gov.br/noticias/materias/2012/04/24/cpi-do-ecad-propoe-novas-leis-e-orgaos-para-gerir-direitos-autorais>>.

⁸⁸ Em outros países, onde empresas cuidam da coleta de direitos autorais, funciona diferente: no caso da Espanha, por exemplo, a *Sociedad de Autores y Editores*, que tem em sua sombra mais de 100 mil artistas, é fiscalizado pelo Ministério da Cultura do país. Na Colômbia, o órgão de recolhimento e distribuição é composto por autores e pelo governo. E nos EUA, o incentivo é para a descentralização de poder: a *BMI (Broadcasting Music Inc)* e a *Ascap (American Society of Composers)* gerenciam milhares de artistas e a competição entre elas é estimulada. Cf. VENTURA, *Gizmodo Brasil*, 8/03/2012.

⁸⁹ O órgão já existiu no Brasil, mas foi extinto em 1990. Desde então, não há qualquer ente do Estado que regule o sistema de arrecadação e distribuição dos direitos autorais. A instituição e suas competências, entre elas a fiscalização, estavam previstas na Lei de Direitos Autorais de 1973. A lei atual, em vigor desde 1998, porém, não obriga que as entidades arrecadadoras prestem contas. Cf. <<http://www2.cultura.gov.br/consultadireitoautorais/tag/conselho-nacional-de-direitos-autorais/>>.

Numa decisão histórica, o Conselho dos Direitos Humanos da ONU, composto por 47 países, reconheceu pela primeira vez o direito à liberdade de expressão na Internet e também a garantia de acesso à Rede. O reconhecimento se deu dois dias após a decisão do Parlamento Europeu de eliminar o ACTA, em julho de 2012. Apesar da resistência de países como a China e Cuba, o texto do acordo foi finalizado, em concordância de que este direito deverá ser protegido por todos os países. Esta é a primeira resolução da ONU que afirma que os direitos humanos devem ser protegidos no âmbito digital, e promovidos na mesma medida e com o mesmo compromisso que os direitos humanos no mundo físico (SOARES, 2012, p. 123).

Conforme lembra Elisianne Soares (2012), durante o processo de construção da RLDA – Reforma da Lei de Direitos Autorais – diferentes atores fizeram circular na *internet* a “Carta de São Paulo pelo acesso a bens culturais”, como um abaixo-assinado pela reforma legislativa, na qual condenavam a vigilância como uma agressão à privacidade e ao direito ao acesso à informação e comunicação na rede. Recorda a autora:

[...] tem-se defendido que o controle da troca de arquivos na Internet seja feito por meio do monitoramento do cidadão no seu acesso à Rede. Isso somente poderia ocorrer através da violação do direito à privacidade e com severas ameaças à liberdade de expressão e de comunicação. Entendemos que esse não é o melhor caminho, e que a reforma da lei deve ser realista face às novas tecnologias e práticas sociais (CARTA..., 2010 *apud* SOARES, 2012, p. 126).

Apesar dos esforços em prol da consulta pública e participação popular, observamos que, à revelia do projeto de lei (PL 2126/2011)⁹⁰ que deu origem ao Marco Civil (Lei 12.965/2014)⁹¹, por exemplo, foi subtraída da proposição inicial a palavra “regulamentação” da neutralidade da rede, causando brechas na interpretação da lei. No projeto de lei constava: “Art. 3º - A disciplina do uso da Internet no Brasil tem os seguintes princípios: [...] IV- preservação e garantia da neutralidade da rede, *conforme regulamentação*. Na lei atualmente em vigor: “IV - preservação e garantia da neutralidade de rede” (BRASIL, 2014, grifos nossos).

Importante saber, até aqui, que a relação dos sujeitos com os seus diferentes conteúdos culturais e seus modos de expressão nesse campo repleto de interesses tem indicado algumas diferenças que são radicalmente distintas da produção e exploração pecuniária, porém, mantendo tensão permanente com esse modelo de produção. Dentro disso, parece

⁹⁰ O PL 2126/2011 pode ser consultado na íntegra nesse link: <http://www.camara.gov.br/proposicoesWeb/prop_mostrarintegra?codteor=912989&filename=PL+2126/2011>.

⁹¹ O Marco Civil, está disponível no link: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/l12965.htm>

fundamental garantir o acesso aos bens culturais que transitam pela rede e em outros espaços de divulgação, assim como estimular outros modelos de troca que não sejam exclusivamente como os definidos pelo mercado.

3 CAPÍTULO 2: ASPECTOS ECONÔMICOS DO DOWNLOAD DE MÚSICA NA INTERNET

Neste capítulo, abordaremos algumas adaptações ao modelo de negócios vigente no setor da música, por influência de uma economia baseada em informação. Pelos discursos analisados, a indústria fonográfica buscou “abraçar a *internet*” (HOLTON, *GI*, 19/01/2009), visando a novas possibilidades de faturamento no contexto digital, diversificando seus canais de consumo musical. Interessada em detectar tendências, a indústria aprendeu a “dar às pessoas versões comerciais daquilo que elas gostavam” (Idem, *GI*, 19/01/2009), conforme sugeriram especialistas.

Segundo Anderson (2006), a economia da era moderna-industrial administra a escassez a fim de gerar lucros. A economia da era do entretenimento, da economia da informação, trata-se do oposto, de administrar a abundância e como tirar proveito econômico dela. No primeiro modelo, havia uma distribuição escassa e atenção abundante do consumidor. Recentemente, observamos o inverso: uma distribuição (digital) abundante e uma enorme disputa pela atenção do consumidor. É basicamente sobre as rupturas e permanências nos negócios desse cenário que trataremos neste capítulo. Abordaremos sobre como a indústria fonográfica da era moderna (material) começa a repensar seu modelo de negócios baseado na centralidade da produção e distribuição musical e do consumo de massa perante as inovações tecnológicas do digital (imaterial) e como utilizou essa mesma tecnologia para retomada do lucro por meio de outro modelo de negócios, dos nichos, adaptando-se.

Para Anderson (2006), o mundo da escassez se refere a uma economia movida a hits de CDs e DVDs de prateleiras. Hoje com oferta de consumo cada vez mais variada de músicas, filmes, programas de televisão e rádios, distribuição e varejo *on-line*, estaríamos ingressando no mundo da abundância, segundo ele, onde tudo parece estar mais facilmente disponível. As diferenças, para o autor, são profundas. “Se a indústria do entretenimento no século XX baseava-se em *hits*, a do século XXI se concentrará com a mesma intensidade em *nichos*” (ANDERSON, 2006, p. 14, grifos do autor).

Neste capítulo, abordaremos quatro tópicos. O primeiro deles é sobre a maior diversificação, nos discursos, da oferta de bens e serviços – visando driblar a crise (queda da venda dos *CDs*) e atrair consumidores com “ofertas inovadoras” (U2..., *GI*, 25/02/2009). Dessa maneira, produtos e serviços foram diversificados, em busca de sua reinvenção. Houve um ressurgimento do vinil com apelo de item raro/inédito ou de colecionador, além da cessão

gratuita às versões digitais das músicas adquiridas no formato físico, reinventando antigos formatos.

Outro tópico abordado problematiza quem paga o *download* grátis – observamos a gratuidade da música digital ampliada aos *sites* de grande audiência e não apenas vinculados à compra de um bem físico (*CD*, vinil ou *DVD*). Essa iniciativa pareceu representar novos interesses corporativistas pelo modelo de receitas de publicidade baseado em audiência intitulado *flot*. Com este modelo, as preferências e hábitos de consumo do usuário também são convertidos em receitas.

O tópico seguinte aborda um significativo crescimento dos serviços de música *on-line* – esses novos serviços foram promovidos por um discurso que sugeriam uma obsolescência tecnológica. Nessa esfera, a obsolescência pode tornar-se um motor de inovação tecnofetichista.

Por fim, tratamos da emergência dos *games* musicais – *Guitar Hero* e *Rock Band* – jogos que surgiram por meio da reapropriação/ressignificação de canções através dos novos dispositivos – consoles de *games* – produzindo um engajamento em novas experiências musicais. Com a maior interatividade dos consoles, renovaram-se as apropriações dos afetos pelas redes do capital.

3.1 Diversificação da oferta de bens e serviços

Geralmente me perguntam que categorias de produtos não se incluem na economia da Cauda Longa. Quase sempre minha resposta é que seria alguma mercadoria não diferenciada, em que a variedade é não só inexistente, mas também indesejável. Como, por exemplo, farinha, que, como me lembro, era vendida nos supermercados, em grandes sacos, com o rótulo “Farinha”. Até que, por acaso, entrei em nossa loja local da rede *Whole Foods*, especializada em alimentos orgânicos e naturais, e constatei como eu estava errado: hoje, esse supermercado oferece mais de vinte tipos diferentes de farinha, desde produtos básicos, como de trigo integral e variedades orgânicas, até alternativas exóticas, como de amaranto e farinhas de milho especiais. Por mais incrível que pareça, até a farinha já tem a sua Cauda Longa (ANDERSON, 2006, p. 11).

Como aponta o autor, até o produto farinha se transformou para manter-se atrativa aos consumidores e continuar mantendo níveis satisfatórios de venda, pois, segundo Anderson, praticamente todo produto ou serviço encontra um perfil consumidor, desde que ele seja diversificado o suficiente. Em vista disso, ele sugere como *nicho* a ascensão de um mercado consumidor extremamente especializado, que se tornou possível em função da comunicação e troca em rede no âmbito digital, caracterizando assim o consumo que ele denomina como

cauda Longa, cuja enorme malha de produtos acaba, periodicamente, encontrando algum consumidor que, no conjunto, pode representar fatias generosas das receitas.

Nesse sentido, o *GI* mostra como a indústria fonográfica, por meio de eventos e encontros de especialistas no setor, investiu esforços a fim de reduzir suas perdas pela diminuição da venda de discos buscando detectar tendências tecnológicas e novos mercados, procurando também a sua *Cauda Longa*:

O 41º Midem (mercado internacional do disco e da edição musical) será inaugurado neste fim de semana, em Cannes, depois de um 2006 marcado por uma nova queda das vendas de discos, que nem sempre é compensada pela internet e pela telefonia móvel, apesar das tentativas da indústria da música. Este grande evento anual é uma oportunidade para a indústria tentar detectar as próximas tendências, algo importante num setor sempre revolucionado pelas novas tecnologias (MIDEM..., *GI*, 19/01/2007).

Como vimos no início deste trabalho, é em 2006, ano em que ocorre o evento mencionado acima, que se iniciam as campanhas internacionais contra a pirataria digital, motivadas pela queda da venda de discos, segundo a Federação Internacional da Indústria Fonográfica (IFPI). Paralelamente às campanhas educativas antipirataria e perseguição aos *sites*, *softwares* e usuários por infringir direitos autorais,⁹² a indústria também parecia investir na busca por novos modelos de negócios, fato evidenciado pelo trecho a seguir:

A indústria da música precisa aprender com o “lado negro da Internet” que dizimou seus negócios se quiser reconquistar algum dia poder sobre a pirataria. [...] “Você tem que olhar no submundo para ver o que as pessoas estão fazendo e então dar a elas versões comerciais que espelhem isso”, afirmou. Consumidores somente deixarão serviços ilegais para legalizados se a oferta for melhor e mais fácil de usar, dizem os críticos (HOLTON, *GI*, 19/01/2009).

Quem faz as afirmações entre aspas no trecho acima é Michael Robertson, diretor do *MP3Tunes*, via *link* em vídeo, na reunião anual que ocorreu na França com executivos do setor da música, de acordo com a notícia, por ainda sofrer processos de violação de direitos autorais nos EUA.

Aprender com o “lado negro da internet”, aparentemente, significava uma lição para a indústria do entretenimento que, segundo Anderson (2006), devia ser clara: dar às pessoas o que elas querem, ou seja, para a indústria significa dar às pessoas versões comerciais daquilo que elas gostam. Para Anderson, a indústria precisou aprender que a economia dos *hits*

⁹² Ver capítulo dois, “Aspectos políticos do *download* de música na *internet*”.

(grandes sucessos musicais) não era o único modelo eficaz, já que, em tempos do digital, os sucessos são a exceção, não a regra. Era preciso, portanto, diversificar os negócios. Foi o que observamos no conjunto de notícias que abordaremos a seguir.

Entre as notícias relacionadas abaixo, observamos que parte delas assemelham-se aos formatos de *press releases* ou, em português, comunicados de imprensa, principalmente quando sem assinatura/autoria de jornalista, identificadas apenas pelo estado no qual a notícia foi publicada, como por exemplo, *GI* Rio de Janeiro ou *GI* São Paulo; às vezes, nem mesmo uma localidade é informada. Essa característica – comunicados de imprensa – ficou evidente quando a fonte da notícia eram os *blogs* ou *sites* de artistas. Esses comunicados são feitos por assessorias de imprensa ou agências de relações públicas para divulgar determinados acontecimentos ou na divulgação de produtos e serviços de órgãos públicos ou privados e são destinados para a comunicação externa. Segundo Ranieri,⁹³ comumente o *release* não é enviado ao público em geral, mas diretamente ao jornalista, via e-mail. Ocorre do *release* ser publicado na íntegra em mídias de pequena e média relevância. Nos veículos de grande relevância, o objetivo seria despertar no jornalista o interesse pela publicação, levando o profissional do veículo a entrar em contato com a assessoria buscando novas informações a fim de criar a notícia ou realizar uma reportagem. No caso, o serviço de assessoria de imprensa pareceu comum entre artistas citados nas notícias, pela manutenção e alimentação de canais de comunicação externa, como *blogs* e *sites*, adotados como fonte pelo *GI*. Além disso, algumas notícias utilizaram fontes de agências internacionais, como *EFE*, *Reuters* e *France Press*, que estão entre as maiores agências de notícias do mundo, não produzindo novas reportagens. Com isso, o *site* de notícias aparentemente ganha agilidade (mesmo correndo riscos⁹⁴), mas a quantidade de publicações, contudo, pode comprometer a isenção⁹⁵ e a correção⁹⁶ como princípios adotados em sua política editorial.

⁹³ Cf. “O que é um press release?”, em: <<http://www.racecomunicacao.com.br/blog/o-que-e-um-press-release/>>.

⁹⁴ A necessidade de se veicular a notícia o mais rápido possível faz com que os jornalistas não possam dispende tempo com uma apuração mais detalhada e com a demora de fontes oficiais, sob o risco de perder leitores para a concorrência. A produção de receitas no jornalismo está vinculada à audiência (rentabilização por visualização). Nesse contexto, os conteúdos noticiosos são cada vez mais preparados como bens de consumo, aproximando as notícias de um produto para entretenimento (CARDOSO, 2007).

⁹⁵ Segundo o documento “Princípios editoriais das Organizações Globo”, busca-se, com a isenção, abordar os diversos ângulos que cercam os acontecimentos, acolhendo o contraditório. O texto afirma ainda que as Organizações Globo são apartidárias; laicas; repudiam todas as formas de preconceito; são independentes de governos e grupos econômicos; são entusiastas do Brasil (sua diversidade, de sua cultura e de seu povo). Cf. <<http://g1.globo.com/principios-editoriais-das-organizacoes-globo.html>>.

⁹⁶ Ainda segundo os princípios editoriais das Organizações Globo, o correto é procurar descrever e analisar os fatos de maneira mais acurada, dadas as circunstâncias do momento. Segundo o documento, as informações, para serem publicadas, devem ser confirmadas pelo maior número de fontes possível, exceção feita às informações oficiais, de entidades públicas ou privadas, o que nos parece arriscado pelos diferentes interesses em jogo. O documento aponta que em reportagens que requeiram conhecimento técnico, a consulta a especialistas deve ser

Ao longo deste trabalho, exceções a esses formatos foram observados quando as notícias eram assinadas por jornalistas do próprio veículo,⁹⁷ comumente quando da veiculação de entrevistas ou quando algumas opiniões se tornaram mais presentes nas notícias.

Nesse contexto, o que observamos é um conjunto de notícias que serviu de divulgação a diversos produtos e serviços relacionados ao universo da música – algumas vezes, assemelhando-se aos *press releases* –, frequentemente associando o material (físico), com o imaterial (*download* digital, muitas vezes, gratuito), o que poderia agregar novos públicos a diferentes formatos, ampliando o mercado consumidor e, portanto, as vendas:

Thom Yorke, líder do Radiohead, confirmou nesta quinta-feira (3) o lançamento de duas músicas inéditas. Ele escreveu no blog oficial da banda inglesa que uma edição limitada em vinil de 12 polegadas com os singles “FeelingPulledApartbyHorses” e “The hollow Earth” vai sair no dia 21 de setembro. [...] O vinil inclui um download digital grátis das duas músicas, que também estarão disponíveis para venda por download em torno do dia 6 de outubro, de acordo com o comunicado (CANTOR..., *G1*, 3/09/2009).

Interessante notar que o suporte vinil, conforme citado na notícia acima, começa a ser explorado inclusive por bandas que se promoveram e se tornaram ícone no ambiente digital.

Um fato que marcou a banda *Radiohead*, por exemplo, e o início de muitas bandas alternativas que não dispunham de gravadora ou que estavam em conflitos com ela, foi a disponibilização gratuita de músicas que, agora, apareceu vinculada à compra de um bem, o vinil. A disponibilização de *download* gratuito em um período de intensa política antipirataria, ou melhor, *pró-copyright*, tornou as bandas populares/conhecidas também por isso, apostando em outros formatos para o consumo pago (*shows*, *souvenir*, novos formatos etc.) como divulgação de seus trabalhos e essa aposta no gratuito insinua o surgimento de novos mercados.

Já para a banda *U2*, a aposta em outros formatos – com preços diferenciados – foi atribuída à crise nas vendas:

O novo álbum do grupo irlandês U2 será lançado na sexta-feira (27) em cinco formatos e a preços diferentes, em uma estratégia comercial da gravadora para driblar a crise de vendas e atrair com ofertas inovadoras os consumidores. [...] “No line on the horizon” poderá ser comprado em cinco

obrigatória e deve-se ouvir sempre mais de um especialista quando o assunto for controverso, somando aos recursos explicativos que facilitem o entendimento.

⁹⁷ Como exemplo disso, a notícia assinada por Rodrigo Ortega, do *G1* São Paulo, sobre entrevista com o empresário de Roberto Carlos, Dody Sirena e o diretor geral da Som Livre, Marcelo Soares (ORTEGA, *G1*, 10/01/2013). Cf. <<http://g1.globo.com/musica/noticia/2013/01/discos-mais-baratos-e-curtos-eps-ganham-forca-no-mercado-do-brasil.html>>.

formatos e preços diferentes: CD standard, um pack com acesso a um filme, em formato magazine com o CD e uma revista de 64 páginas, uma caixa com CD, DVD, livro e cartaz, e por fim em vinil (U2 LANÇA..., *GI*, 25/02/2009).

Assim como a notícia anterior, somam-se outras tantas que, sugestivamente, buscavam driblar a crise e atrair consumidores com “ofertas inovadoras”, divulgando produtos e serviços que associavam o *CD* ou vinil com o *download* digital gratuito ou na produção de formatos a preços mais acessíveis, como o *EP*, além do apelo aos itens (raros) para colecionadores.

Entre essas notícias, algumas divulgavam edições limitadas de *CDs* e vinis⁹⁸ com *downloads grátis*, com o intuito de facilitar a reprodução em tocadores digitais,⁹⁹ além da aposta de *EPs* no Brasil, puxada por sucessos de Roberto Carlos, como “Esse cara sou eu”, a preços similares do *download*.¹⁰⁰ Também apareceram as remasterizações de *CDs* dos *Beatles* e vinil de todos os seus álbuns, incluindo raridades, que venderam mais de 17 milhões de cópias em *CDs*. De acordo com a notícia, essa caixa (com 12 *LPs* originais) em edição especial dos *Beatles* teve uma tiragem limitada de 50 mil exemplares, que acompanhou livro com imagens inéditas,¹⁰¹ o que sugeriu novas apostas no consumo de colecionadores e, portanto, em novos nichos.

De acordo com Vanessa Kikko, nos últimos anos, temos visto um ressurgimento do vinil também no Brasil: “Esse movimento apela mais para o colecionador, mas a cada dia tem conquistado o ouvinte amador, que gosta da boa música, com uma boa qualidade de som, e que tem feito dessa atividade um hobby” (KIKKO, 2012, p. 44). Para a autora, além da nostalgia e do valor simbólico da capa do disco, o que motiva a compra é a melhor qualidade do som. Para os especialistas, a agulha que toca o disco produz um som melhor do que a tecnologia a *laser*.

⁹⁸ Como exemplos disso que falamos, confira: “Álbum-tributo a David Bowie terá Carla Bruni, Duran Duran e John Frusciante” (ÁLBUM-TRIBUTO..., *GI*, 4/01/2010), disponível em: <<http://g1.globo.com/Noticias/Musica/0,,MUL1433691-7085,00-ALBUMTRIBUTO+A+DAVID+BOWIE+TERA+CARLA+BRUNI+DURAN+DURAN+E+JOHN+FRUSCIANTE.html>> ou “Strokes libera novo single para download gratuito nesta quarta-feira” (STROKES..., *GI*, 8/02/2011), em: <<http://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2011/02/strokes-libera-novo-single-para-download-gratuito-nesta-quarta-feira.html>>.

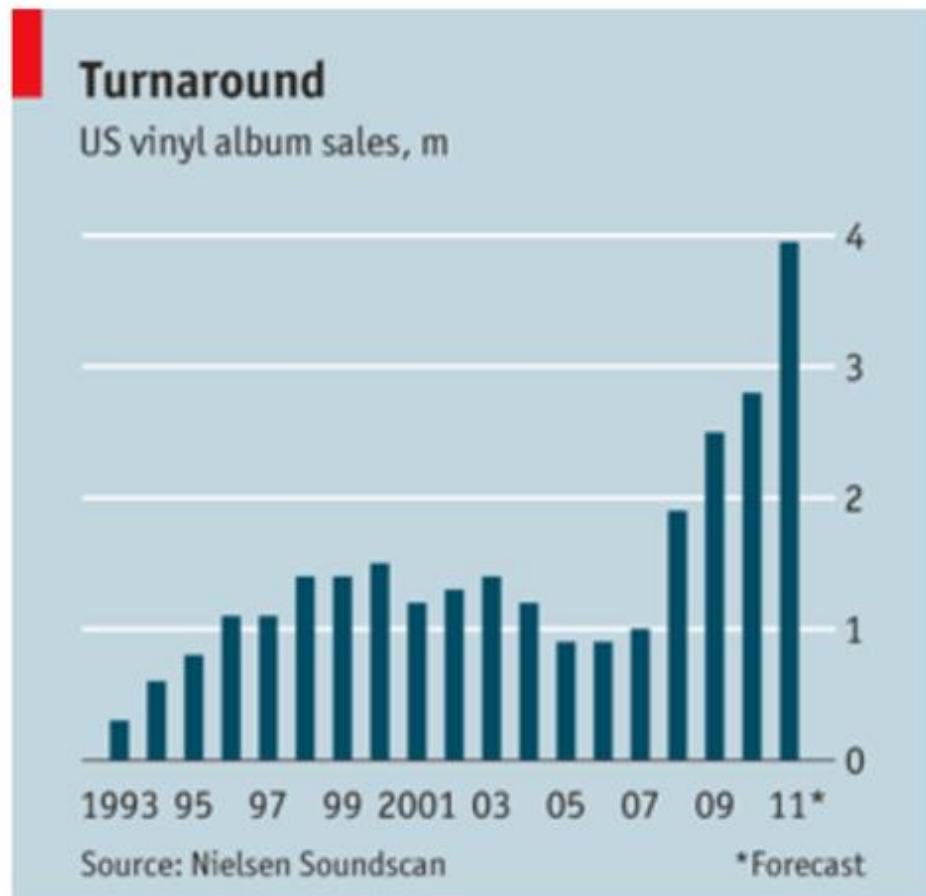
⁹⁹ Confira: “Amazon lança serviço que converte músicas de discos de vinil para MP3” (AMAZON..., *GI*, 3/04/2013), disponível em: <<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2013/04/amazon-lanca-servico-que-converte-musicas-de-discos-de-vinil-para-mp3.html>>.

¹⁰⁰ Confira: “Discos mais baratos e curtos, EPs ganham força no mercado do Brasil” (ORTEGA, *G1*, 10/01/2013), disponível em: <<http://g1.globo.com/musica/noticia/2013/01/discos-mais-baratos-e-curtos-eps-ganham-forca-no-mercado-do-brasil.html>>.

¹⁰¹ Confira: “Vinis remasterizados dos Beatles incluem 'lados B' e faixas raras” (VINIS..., *GI*, 23/10/2012), em: <<http://g1.globo.com/musica/noticia/2012/10/vinis-remasterizados-dos-beatles-incluem-lados-b-e-faixas-raras.html>>.

Ainda de acordo com Kikko, as vendas de vinis cresceram nos últimos anos em vários países, como Grã-Bretanha e Alemanha em 2010. Na Espanha, as vendas cresceram de 16 mil em 2005 para 104 mil em 2010 e, nos EUA, as vendas tiveram crescimento de 39% em 2011. Veja as informações completas no Gráfico 1 a seguir.

GRÁFICO 1: A evolução das vendas de vinis (em milhões) nos EUA



Fonte: *The Economist* (2011), apud Kikko, 2012, p. 45.

No Brasil, acontece algo parecido, com crescimento de 170% no primeiro trimestre de 2012. Segundo a autora, a Livraria Cultura anunciou um aumento de 400% nas vendas de vinil em 2011.

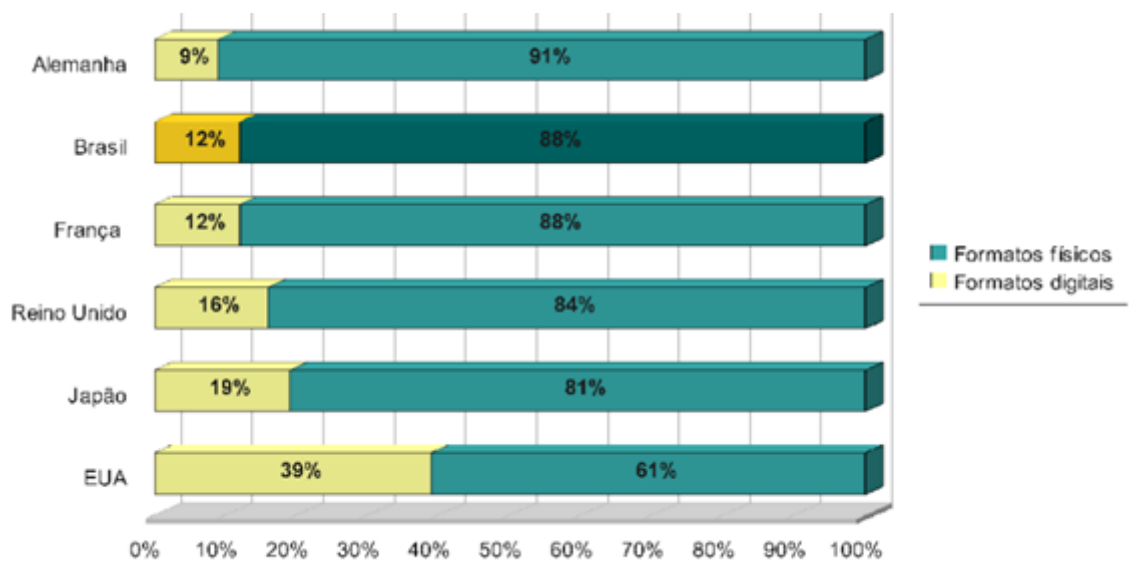
Em um mercado de massa, às vezes saturado pela exaustão das novidades, o mercado de nicho, com um público consumidor especializado, cresce: “E os consumidores exigem cada vez mais opções. A era do tamanho único está chegando ao fim e em seu lugar está surgindo algo novo, o mercado de variedades” (ANDERSON, 2006, p. 7).

Observamos que a associação dos bens físicos (*CDs* e vinis, por exemplo) aos bens imateriais (*downloads* das versões digitais) aparece como uma transição do modelo de

negócio no interesse da indústria em se adaptar ao novo contexto tecnológico. Contudo, devemos enfatizar que a venda material não deixou de ser relevante do ponto de vista comercial, pois, aparentemente, há um perfil consumidor que não abandona determinados hábitos, como *hobbies* ou coleções.

Pelo gráfico abaixo, Gráfico 2, observamos que a participação das vendas dos formatos físicos e digitais também é distinta entre os maiores mercados do mundo, sugerindo uma heterogeneidade no consumo por formatos, segundo Pinto (2011, p. 128).

GRÁFICO 2: Participação dos formatos digitais e físicos nos grandes mercados do mundo (2008)



Fonte: IFPI (2009b) *apud* GPOPAI, 2010, p. 72.

Segundo o relatório IFPI *Digital Music Report 2015*, as vendas físicas continuaram a dominar em um número de mercados mundiais importantes, em 2014, incluindo França (57%), Alemanha (70%) e Japão (78%). As vendas de vinil continuaram a crescer com aumento das receitas de 54,7% e responsável por 2% das receitas globais em 2014. De acordo com o IFPI, isso sublinha o empenho da indústria em favorecer a escolha do consumidor ao oferecer música aos fãs no maior número possível de formatos, reforçando a ideia do mercado por nichos, conforme sugere Anderson (2006) que, apesar de tratar dessa questão em ambiente digital, também podemos pensá-la para a reinvenção de outros formatos (raridades, itens para colecionador, itens exclusivos, tiragens limitadas etc.), incluindo os formatos físicos.

Dessa forma, *apesar* da emergência do digital e *com* a emergência do digital, a indústria aprendeu a diversificar os seus negócios, já que, segundo Anderson (2006), encontra-se consumidor para todo o tipo de bem e serviço, em maior ou menor proporção.

Ainda segundo Anderson (2006), no mercado da cauda longa, o lançamento de novos álbuns, em 2005, por exemplo, no varejo tradicional, respondia por 63% das vendas, enquanto que os álbuns de catálogos mais antigos ficavam com o restante das vendas. *On-line*, essa porcentagem é o oposto, as novas músicas correspondem a um terço das vendas, enquanto as músicas mais antigas correspondem a dois terços. Nesse novo modelo, o *marketing* é fundamental, há propaganda de tudo e não só dos *hits*. O mesmo acontece com os demais formatos que, quando reinventados, acionam a natureza afetiva do consumidor. As novas ferramentas de busca musical, como o *Google*, também parecem influenciar as mudanças no consumo, considerando que, para cada assunto, sugerem-se, por ordem de importância, as páginas mais relevantes e não necessariamente as mais novas, permitindo o contato com especialistas e comunidades específicas. Essa possibilidade também é atribuída ao contexto digital.

Outras variedades nos negócios incluíram o *download* de *shows* na íntegra, com performances antigas de artistas, consideradas “preciosidades”;¹⁰² gravações profissionais de *shows* realizados em grandes eventos, como o *Rock in Rio*;¹⁰³ divulgação de novos eletrônicos, como os *tablets*, novidade tecnológica considerada, no período, uma lacuna entre “celulares inteligentes e os *laptops*”, atrativos pela portabilidade e facilidades de “receber vídeos pela *internet*, baixar músicas, navegar pela *web* e executar jogos”.¹⁰⁴ Ainda a especialização e expansão de produtoras de espetáculos, que levam “estrelas internacionais” a novos públicos, como os da China, pelas iniciativas da empresa americana *Live Nation* e a administradora de salas de espetáculos *AEG*. Segundo Craig Hartenstine, um dos vice-presidentes da *AEG*, “não é um mercado onde [os grandes grupos] poderão gerar muito faturamento com álbuns, mas podem obter dinheiro com os *shows*, o que é crucial para os artistas” (BOB..., *GI*, 4/04/2011). A afirmativa provavelmente se relaciona com o fato da China ser o país

¹⁰² Cf. “Shows raros de Bob Marley e Jimi Hendrix serão vendidos na web” (SHOWS..., *GI*, 4/06/2008), em: <<http://g1.globo.com/Noticias/PopArte/0,,MUL589047-7084,00-SHOWS+RAROS+DE+BOB+MARLEY+E+JIMI+HENDRIX+SERAO+VENDIDOS+NA+WEB.html>>.

¹⁰³ Cf. “Red Hot Chili Peppers coloca shows em formato digital à venda na internet” (RED..., *GI*, 23/11/2011), em: <<http://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2011/11/red-hot-chili-peppers-coloca-shows-em-formato-digital-venda-na-internet.html>>.

¹⁰⁴ Cf. “Novos aparelhos ‘tablet’ surgem na CES 2010 e mercado aguarda Apple”, (NOVOS..., *GI*, 8/01/2010), em: <<http://g1.globo.com/Noticias/Tecnologia/0,,MUL1439323-6174,00-NOVOS+APARELHOS+TABLET+SURGEM+NA+CES+E+MERCADO+AGUARDA+APPLE.html>>.

campeão de pirataria.¹⁰⁵ Por outro lado, o país agrega o título de mais conectado do mundo,¹⁰⁶ servindo de potencial mercado consumidor para os serviços *on-line*.

Todas estas iniciativas – incluindo “compre o vinil” (artigo raro ou de colecionador) e “faça o *download* digital grátis” – parecem marcar estratégias de “abraçar a *internet*”, assim como buscar novas possibilidades de faturamento, dado o contexto digital, considerando que toda variedade e diferencial (atrativos) na oferta de bens e serviços encontra, em alguma medida, um mercado consumidor (ANDERSON, 2006). Para isso, divulgação e *marketing* são fundamentais, característicos dos *press releases*, parecendo comum no jornalismo especializado de cadernos como “Tecnologia”, “Música” e “Pop & Arte”, onde as notícias se encontram.

3.2 Quem paga o *download* grátis?

Como observado anteriormente, o *download* grátis já esteve vinculado à compra de um bem material, como *CD* ou vinil. Contudo, a disponibilização gratuita do *download* que não dependa da compra de outros produtos apareceu, em outras notícias, por meio da oferta de música em *sites* de grande audiência:

A multinacional fonográfica EMI decidiu se unir ao Baidu, o portal mais popular da China, para oferecer música gratuita de artistas locais em troca da divisão dos lucros e de espaço publicitário, informou hoje a imprensa oficial. O Baidu é o quarto portal mais visitado do planeta e os downloads de música em formato MP3 representam 14% do tráfego de dados do site. [...] As vendas de espaços publicitários em portais de busca da China cresceram quase 50% em 2006, a 157 milhões de iuanes (cerca de US\$ 20 milhões), com um ritmo de expansão comercial muito maior que o de outros sites chineses. Entre os portais de busca pela internet, o Baidu controlou no ano passado 39% do mercado chinês de publicidade, seguido pelo Google, com 20%, e pelo Yahoo, com 12,6% (EMI..., *G1*, 17/01/2007).

O citado *site Baidu*, foi fundado em 2000 e tornou-se o primeiro *site* (buscador) mais acessado na China, de acordo com o *site Alexa.com*¹⁰⁷ e está entre os *sites* mais acessados do mundo. De acordo com o próprio *G1*, “o Baidu.com liderou o mercado no quarto trimestre [de 2007] com uma parcela de 60,1%, afirma a *Analysys International*, enquanto o *Google* ficou em segundo com 25,9% do mercado, seguido pelo Yahoo China, com 9,6%” (GOOGLE..., 6/02/2008). Estatísticas do *Alexa.com* mostram que, em 2015, por exemplo, o *site* chinês

¹⁰⁵ Em 2010, o país foi considerado campeão em pirataria *on-line* (digital), segundo Kikko (2012).

¹⁰⁶ Dados do *blog Internet World Stats*. Cf. <<http://royal.pingdom.com/2010/07/27/top-20-countries-on-the-internet/>>.

¹⁰⁷ Cf. <<http://www.alexa.com/siteinfo/www.baidu.com>>.

ainda era o quarto *site* mais acessado do mundo, assim como noticiado em 2007, pela notícia. A China congrega, há alguns anos, o título não só de país mais populoso do mundo, mas também o de país com maior número de usuários conectados à *internet*.¹⁰⁸ Esses dados, em conjunto, evidenciam, por si só, um potencial mercado consumidor para empresas que atuam com a oferta de bens e serviços digitais, como já dito.

Além disso, observamos, no tópico anterior, que espetáculos musicais também se tornaram um importante negócio de uma nova arena explorada pelas empresas do entretenimento, especialmente na China. Somam-se neste território iniciativas do *Google*, com lançamento de serviço de *download* gratuito exclusivo para o país por meio de parceria com o *site Top100.cn*:

O Google escolheu a China para lançar seu primeiro serviço de download legal e gratuito de música, informou hoje o jornal “Shanghai Daily”. [...] O Google informou que lançará o serviço através do site chinês “Top100.cn”, que até agora oferecia downloads pagos. O serviço será financiado com publicidade e o lucro será dividido entre Google e “Top100.cn”, que conta entre seus investidores com Yao Ming, jogador da NBA e um dos atletas mais famosos da China. Esta nova utilidade do Google faz parte da estratégia da companhia de aumentar sua presença na China e de alcançar seu maior concorrente e líder do setor no gigante asiático, o buscador “Baidu.com” (GOOGLE..., *G1*, 7/08/2008).

A notícia evidencia um esforço do *Google* pela atenção do consumidor na esfera digital no território chinês ao se dispor em concorrer com o *Baidu*, fato reiterado pelo lançamento da versão chinesa de seu buscador na *web*:

A versão chinesa do site de buscas Google lançou hoje, apenas para o país asiático, um serviço de download gratuito de músicas centrado especialmente em música chinesa, mas que também disponibiliza temas em outros idiomas. O novo serviço permite ouvir cerca de 350 mil músicas via web ou baixá-las no computador e, por enquanto, só estará disponível na China, o país com mais internautas do mundo (300 milhões). O serviço de download se assemelha ao oferecido pelo Baidu.com, o site de buscas mais popular entre os internautas chineses, com mais de 60% da fração de mercado (o dobro do Google), algo que os analistas atribuíam justamente ao fato de o primeiro oferecer música (GOOGLE..., *G1*, 30/03/2009).

¹⁰⁸ Em 2013 eram 618 milhões de usuários de *internet* ativos e 500 milhões de usuários de *internet* móvel (IFPI, 2014).

A versão chinesa do *Google* visava atrair, por meio da música, o acesso gratuito ao conteúdo por parte dos milhões de internautas chineses, uma das maiores audiências do mundo.

O que se observa nas notícias anteriores, que tratam do interesse da audiência em *sites*, por meio do *download* gratuito de música, é um novo modelo de receitas de publicidade (anúncios *on-line*) baseado em audiência, intitulado *flot*. Nesse modelo, quanto maior o fluxo de usuários, mais valorizado torna-se esse espaço de veiculação publicitária. Nessas transações, tanto gravadoras quanto corporações digitais identificaram novas potencialidades econômicas. Esse modelo parece ter sido inaugurado pelas plataformas de compartilhamento gratuito de música e que foram apropriadas pelos negócios “legais”:

A extensão da propaganda ao ambiente online criou várias novas formas de anúncios além do modelo tradicional [...], que precifica o pagamento por milhares de espectadores ou ouvintes, conhecido como ‘custo por mil’ (CPM). As variantes online incluem o ‘custo por clique’ (CPC), que o *Google*¹⁰⁹ utiliza, e o ‘custo por transação’ (CPT), no qual os anunciantes só pagam quando a pessoa se torna um cliente pagante, como o programa *Associates*, da *Amazon*. Também temos a ‘identificação de clientes potenciais’, em que os anunciantes pagam pelos nomes e endereços de *e-mail* de pessoas que foram atraídas ao conteúdo grátis ou pelas informações sobre esses consumidores. Os anunciantes podem patrocinar todo um *site* ou departamento por um valor fixo, não determinado pelo tráfego. Eles podem pagar para serem incluídos em resultados de buscas, um serviço que o *Google* e outros oferecem. Ou podem se voltar ao bom e velho *merchandising* de produtos e pagar para incluir sua marca ou produtos em um vídeo ou jogo (ANDERSON, 2009 *apud* LIMA, 2013, p. 97).

Segundo a autora Tatiana Lima, as empresas que atuam em torno da música digital também investem no estabelecimento de redes de usuários que permitem o acesso aos dados de suas preferências e hábitos de consumo, fidelizados por cadastros e construções de perfis. Esses dados também se convertem em fontes de receita na economia em rede, pois se transformam em elementos para fidelizar audiência e manter o interesse dos anunciantes.

Em relação à distribuição gratuita de *download*, Patel (2010) nos ajuda a pensar sobre “quem paga esse gratuito?”, quando bens e serviços são postos à apreciação nessas circunstâncias:

¹⁰⁹ “O *Google*, por exemplo, agencia a publicação de propaganda em plataformas através do sistema *AdSense*, na qual o exibidor do anúncio só é remunerado pela exibição da publicidade quando um internauta clica no link da propaganda” (LIMA, 2013, p. 97).

Afinal, quem não gosta de coisas gratuitas? Amostras grátis, jogos grátis, almoços grátis, telefones grátis, televisão grátis – são coisas das quais todos nós extraímos pelo menos alguma satisfação. Onde poderia residir o dano? [...] Corporações friamente racionais encontram seres humanos irracionais, cuja irracionalidade se torna ainda mais pronunciada diante de coisas oferecidas gratuitamente nos supermercados e shoppings, na televisão e pela internet. A tática é sempre a mesma. A empresa tem um modelo de negócio que envolve a realização de uma aposta. Ela arrisca que, oferecendo algo gratuito ao consumidor, ele se sentirá inclinado a voltar à loja no futuro e enquanto estiver apanhando seu brinde, vai abrir o bolso para gastar com alguma coisa um pouco mais cara, consumir um pouco mais do que o normal e nutrir sentimentos positivos quanto à ideia de que a marca lhe pagou algo. [...] Essa troca gratuita é uma forma de tentar modificar suas decisões de compra e suas preferências (PATEL, 2010, p. 55).

Como afirma Patel (2010), a gratuidade de um bem ou serviço busca alterar as preferências do consumidor enquanto uma aposta, ou seja, enquanto possibilidade continuamente renovada. Nesse sentido, novas apostas foram representadas no *GI*:

A rede de cafés Starbucks pretende distribuir, gratuitamente, 50 milhões de canções digitais para os clientes de todos os seus estabelecimentos norte-americanos. O objetivo é promover um novo serviço de música on-line da iTunes, que está para ser lançado no mercado. [...] No início do mês, a Starbucks e a Apple anunciaram uma parceria que permitirá, aos usuários do iPhone e do novo iPod Touch, ambos da Apple, baixarem músicas que tocarem nos cafés Starbucks, diretamente para seus equipamentos portáteis (STARBUCKS..., *GI*, 24/09/2007).

A notícia anterior sugere o que De Marchi (2011) chama de “aprisionamento tecnológico”¹¹⁰ (*lock in*), como parece ser praticado pela *Apple*. Este conceito se relaciona com o fato de que, para efetuar o *download* ou tocar as músicas de sua loja virtual, *iTunes*, é preciso de seus *hardwares* (aparelhos celulares ou tocadores de *MP3*), como o *iPhone* ou *iPod* ou *softwares*/aplicativos (*iTunes*) para funcionar/tocar as músicas. Segundo De Marchi

¹¹⁰ “A esse fenômeno chamam de ‘aprisionamento tecnológico’ (*lock-in*), isto é, uma vez engajado numa rede de produtos e serviços, os custos de transferência (*switching costs*) de tecnologia ou de uma empresa para outra são proibitivos a ponto de fazer o consumidor preferir manter-se restrito aos serviços da empresa mantenedora da rede. Isto é mais ou menos o que acontece quando alguém compra um aparelho como o *iPod* ou o *iPhone*. Em primeiro lugar, o consumidor passa a ter de utilizar um conjunto de outros produtos e serviços da mesma empresa: baixar o *iTunes* para seu computador, que funciona com arquivos que rodam apenas nos produtos *Apple* (AAC); realizar um cadastro no *site* da empresa, onde é obrigado inclusive a criar uma conta para futuras compras naquela página *web*; baixar aplicativos via *iTunes* ou *sites* que funcionam com permissão da *Apple* para gerar *softwares* compatíveis; a atualização do *software* do aparelho é conjugada ao programa de *internet* da *Apple*, o *Safari*; e assim por diante. Na medida em que alguém estiver utilizando com mais frequência seu aparelho, estará dependente de toda uma linha de produtos e serviços dessa empresa, tornando os custos de tempo, dinheiro e conhecimento para operar outros dispositivos bastante consideráveis. Assim, acaba-se consumindo diversos produtos da empresa mantenedora da rede. Analisando os dados anteriores dessa perspectiva, o rápido sucesso da linha *iPod+iTunes* não chega a surpreender” (DE MARCHI, 2011, p. 197).

(2011), essa prática tecnológica se relaciona com a economia de redes que funciona segundo uma retroalimentação positiva: quanto mais usuários estiverem utilizando um bem ou serviço de uma empresa, outras mais se conectarão àquela rede, deixando de utilizar a de sua concorrente, permitindo que a empresa obtenha o monopólio de um mercado, tornando os fortes, mais fortes e os fracos, mais fracos.

No conjunto de notícias analisadas, encontramos apenas duas notícias nas quais apresentavam agentes de governo europeus criticando a *Apple* por suas condutas restritivas ao consumidor¹¹¹ e por práticas contra a concorrência.¹¹² Para Rifkin (2001), estar à frente da concorrência, mesmo que por poucos meses, pode significar a diferença entre o sucesso e o fracasso de uma empresa, pois quanto mais rápido um produto ou serviço vai para o mercado, maior é seu tempo de vida e maiores as chances de lucro antes de o produto ou serviço tornar-se obsoleto em uma economia caracterizada pela velocidade ao invés de uma economia de escala, constituindo um mercado altamente competitivo.

Contudo, essas práticas da *Apple* contra a concorrência não coibiram as tentativas de outras empresas de apropriar-se desse mercado consumidor.¹¹³ A empresa *Samsung*, por exemplo, uma das lideranças mundiais no segmento de celulares, afirmou, em notícia,¹¹⁴ que enfrentava dificuldades para fidelizar clientes por ausência de um “ecossistema” de *softwares*, serviços, conteúdo e suporte ao cliente, como da sua rival *Apple*. Embora as companhias se esforçassem para superar a concorrência, a *Apple* foi representada como uma empresa bem-sucedida no quesito vendas,¹¹⁵ fato que, como destacado, se relaciona não só com o pioneirismo da plataforma de venda de música digital *iTunes Store*, lançada em 2001, mas também com uma sucessão de oferta de bens e serviços¹¹⁶ exclusivos que caracterizam o seu “ecossistema”, mesmo que infringindo os direitos do consumidor e leis econômicas, o que foi pouco debatido pelo portal *GI*.

¹¹¹ Cf. “União Européia critica Apple por restrições da iTunes” (UNIÃO... *GI*, 12/03/2007).

¹¹² Cf. “Bruxelas acusa Apple de práticas contra a concorrência” (MÚSICAS..., *GI*, 2/04/2007).

¹¹³ Cf. “Zune da Microsoft chega às lojas para roubar mercado do iPod” (ZUNE..., *GI*, 13/11/2006); “MySpace fecha acordo com gravadoras para concorrer com iTunes” (MYSPACE..., *GI*, 3/04/2008); “Dell testa tocador de música para concorrer com iPod” (DELL..., *GI*, 30/07/2008); “Napster corta preços para fazer frente ao iTunes, da Apple” (NAPSTER..., *GI*, 18/05/2009); “Microsoft lança serviço Xbox Music, para concorrer com Apple” (MICROSOFT..., *GI*, 15/10/2012).

¹¹⁴ Cf. “Samsung enfrenta desafio para fidelizar clientes, dizem analistas” (SAMSUNG..., *GI*, 6/09/2012).

¹¹⁵ Cf. “Com 25 bilhões de músicas baixadas, iTunes quebra recorde para a Apple” (COM 25 BILHÕES..., *GI*, 6/02/2013).

¹¹⁶ *iPod* em 2001; *iPhone* em 2008; *iPad* em 2010 e um conjunto de aplicativos (*softwares*) exclusivos para o *iOS*, seu sistema operacional.

Outro serviço noticiado que incluiu canções “grátis” foi o *site Qtrax*, que teve acordo com gravadoras para disponibilização de 25 milhões de músicas sem custo para o consumidor:

Após passar uma década tentando combater a pirataria de músicas pela internet, parte da indústria fonográfica decidiu liberar, a partir desta segunda-feira, o acesso gratuito a mais de 25 milhões de canções pela internet. O serviço de música online Qtrax anunciou, neste domingo, uma parceria com grandes gravadoras, incluindo EMI, Sony BMG, Universal Music e Warner Music, que vai possibilitar que usuários baixem de graça títulos dos mais variados gêneros, desde grandes hits da atualidade até clássicos e raridades. [...] Como parte do acordo, artistas e gravadoras serão pagos conforme o número de acessos às suas músicas e ainda receberão uma fatia do que for arrecadado com os anúncios publicitários feitos na página da Qtrax. Empresas como Microsoft, Mc Donald's e Ford já revelaram que serão alguns dos anunciantes (SITE..., *GI*, 28/01/2008).

Novamente, o que se observa é que “o ‘grátis’ acaba se tornando uma aposta na qual nosso apetite por alguma coisa é, do nada, transformado em lucro para a corporação” (PATEL, 2010, p. 57). Segundo esse autor, nossas opções são muito menos resultados de contemplação racional e muito mais sujeitas à manipulação do que gostaríamos de acreditar, embora existam subversões:

Em seu livro *Why Popcorn Costs So Much at the Movies*, o economista Richard Mckenzie descreve como comprou um novo computador. O fabricante ofereceu-lhe a opção de ganhar uma impressora, e ele aceitou. Ele sabia que o fabricante pegaria seu dinheiro de volta com os cartuchos caros e, assim que a tinta da impressora acabou, fez a coisa racional – jogou-a fora. Horrorizado? Se você considera desperdício jogar uma impressora grátis, mesmo que seja a coisa racional a fazer, este é um sentimento que devemos conservar (PATEL, 2010, p. 57).

O autor também afirma que, embora a *internet* seja uma grande máquina copiadora – que a indústria fonográfica tenta controlar quando determinadas cópias não lhes dão algum retorno financeiro – é possível, ainda assim, ganhar dinheiro por meio de uma gama de maneiras:

[...] versões personalizadas (canção grátis, insira o nome de seu filho por 40 dólares), instantâneas (pegue na biblioteca na semana que vem de graça, ou agora mesmo on-line por uma taxa), genuínas (baixe a canção de graça, mas o CD autografado vai custar 50 dólares), e ao vivo (leia a página da web de graça, mas contrate o blogueiro para falar pessoalmente) de algo que não pode ser copiado (PATEL, 2010, p. 59).

De acordo com os exemplos, há sempre algo “personalizado”, “instantâneo”, “genuíno” ou “presencial” que valha a pena ser pago, segundo as campanhas publicitárias.

Patel (2010) ainda afirma que os comerciais também têm um custo social e ambiental que, por vezes, é silenciado pela indústria a fim de ampliar sua produtividade e lucratividade, evidenciando uma distorção na atribuição de valor aos bens e serviços. Poderíamos afirmar que, segundo o autor, as grandes corporações operam com preços cujo “barato sai caro” do qual o valor são os cidadãos e os governos que pagam, seja indiretamente ou diretamente, considerando custos ambientais, sociais e culturais:

Todo comercial também tem seu custo. Quando se trata da Copa do Mundo, os anúncios nas telas são de produtos que externalizam os custos de produção social e ambientais (o lixo tecnológico da Sony, as fábricas escravizantes da Adidas), que encorajam o endividamento (Visa), que dependem dos combustíveis fósseis que estão destruindo o planeta (Emirates, Kia), ou que são um mero coquetel de produtos químicos (Coca-Cola). O último exemplo é especialmente revelador. Anne Becker observou as consequências pavorosas de se mostrar imagens da televisão norte-americana a adolescentes de Fiji, onde se registrou o aumento das taxas de distúrbios alimentares de 0% para 12% em apenas três anos. [...] Nos EUA, uma pesquisa recente descobriu que, por meio da proibição de anúncios de *junk foods*, o número de crianças com sobrepeso em idade entre três e onze anos poderia ser cortado pela metade, e o de adolescentes obesos reduzido em 14% (PATEL, 2010, p. 60).

O trecho acima evidencia o papel de campanhas ou anúncios na mudança dos hábitos dos consumidores que, por vezes, nos parecem abusivos e antiéticos, carecendo de um olhar mais atento da sociedade e do poder público.

Neste cenário, a gratuidade – usualmente acompanhada de formas escusas de faturamento – é uma forma de produzir consumidores e é ainda mais “sedutora quando nossos orçamentos são apertados, e é por isso que o ‘gratuito’ também acaba com a fantasia de que somos agentes econômicos racionais e nos convoca para o papel de consumidores” (PATEL, 2010, p. 63). Para as organizações que têm estas práticas, a “gratuidade” é uma aposta, com disputas e certa imprevisibilidade, mas com uma coisa certa: quer um “bem seja gratuito, quer custe 100 milhões de dólares, vai compartilhar as mesmas características oriundas dos mercados orientados para o lucro, que são o que faz com que os bens existam” (PATEL, 2010, p. 63).

Sobre estatísticas de anúncios de televisão, por exemplo, Anderson (2006) afirma que houve um aumento na duração dos anúncios por hora, na TV americana, desde meados de 1980. Esse aumento alterou de seis minutos e 48 segundos, em 1982, para 12 minutos e

quatro segundos, em 2001. Segundo ele, esse aumento se deu em função da descoberta de que os americanos continuavam vendo cada vez mais televisão, apesar dela oferecer cada vez menos conteúdo. Para o autor, esse fato representa um investimento que é suportado pela audiência, mesmo que isso restrinja o acesso a conteúdo que enfoque outra abordagem, como a construção da cidadania.

Contudo, ainda para esse mesmo autor, em 2001, a primeira onda de “nativos digitais” atingiu a maioria e começou a trocar a TV pela *internet*. Essa geração pode contar também, pela *web*, com conteúdo gratuito com propaganda (*Youtube*, *Spotify* e *Deezer*) ou sem propaganda com custos mais acessíveis (*Netflix* e serviços de música *on-line* em versões *premium*). Em todas elas, as corporações continuam mantendo seus interesses e obtendo receitas.

Dessa forma, dentro do universo da música, surgiram também alternativas ao *flot* (ganho de receitas por meio de anúncios publicitários em *sites* ou plataformas com acesso gratuito) como modelo de negócios ao emergirem novas formas de consumo musical por meio da ampliação dos serviços de assinatura de música *on-line*, assim como pelo crescimento nas vendas de *games* musicais, por exemplo, como veremos a seguir.

3.3 Crescimento dos serviços de música *on-line*

Neste tópico, observamos que houve um discurso bastante favorável, mesmo que indireto, à questão da obsolescência tecnológica como fator de promoção de novos serviços digitais, como a escuta de música pelas “nuvens” (*streaming*) e não mais dependente de armazenamento em disco no computador (*HD*), pelo *download*, assim como a promoção de dispositivos portáteis em detrimento dos dispositivos de mesa.

Sugere-se, dessa forma, um descolamento entre *hardware* (físico), especialmente dos computadores de mesa não portáteis, e *software* (virtual), quando esse último começa a se sobrepor sobre o primeiro, dando ênfase aos serviços e menos aos bens não portáteis, característicos de uma indústria que transita entre o material e o imaterial:

Enquanto se repete o mantra “download-MP3” quando o assunto é música na internet, muitos se esquecem que uma outra forma de ouvir as músicas de que você gosta é “sintonizar” uma das milhares estações de rádio na rede. E uma das grandes vantagens disso é que, como as músicas não são baixadas, não é necessário ter um HD com capacidade muito grande para armazenar todas elas (SUZUKI, *G1*, 18/12/2006a).

No trecho seguinte, a notícia sugere uma nova forma de consumo musical. O serviço de rádio *on-line* inova pelo fato de não precisar baixar a música para que se possa ouvi-la, diminuindo o tempo de espera do usuário pelo consumo musical, desde que em condições favoráveis de *internet*, fato omitido pelo *GI*. Além disso, segundo a notícia, não se tornava mais necessário preocupar-se com espaço em disco, já que a escuta *on-line* não ocupa memória do computador, embora o acesso ao computador e à *internet* banda larga de qualidade e de acesso ilimitado não fossem bens e serviços universalizados – pelo menos entre os grupos sociais menos favorecidos economicamente.¹¹⁷ A notícia não fez nenhuma menção a essas desigualdades que, em grande medida, foram e são impeditivas para a aquisição de serviços dessa natureza:

Os players digitais de música estão se libertando, e aos seus usuários, dos computadores, graças a aparelhos capazes de acesso a música naquilo que se tornou conhecido como “a nuvem”. Com modelos existentes como o iPhone, da Apple, ou o Ibiza Rhapsody, do Hair Group, bem como o Pre, um celular muito aguardado da Palm, que sai nas próximas semanas, mais e mais audiófilos ganham a capacidade de encontrar, baixar e executar música por sistemas sem fio, sem que precisem conectar seus aparelhos a laptops ou computadores de mesa. [...] “O usuário jamais precisará utilizar o computador de novo, se lhe der na telha”, disse Neil Smith, vice-presidente de gestão de negócios da Rhapsody, na sede da RealNetworks, uma pioneira na distribuição online de mídia. [...] A Rhapsody ainda tem menos de um milhão de usuários, mas existe há mais tempo como um serviço de música por assinatura, que oferece aos usuários de computadores dispostos a pagar 10 dólares ao mês (15 dólares no caso de downloads para players digitais) acesso ilimitado a um catálogo de mais de seis milhões de faixas (STEVENSON, *GI*, 29/04/2009).

A notícia anterior parece tornar antiquados os dispositivos físicos, principalmente aqueles não portáteis (como o computador) e valoriza novos serviços, como a “nuvem”, que permite acesso remoto aos programas, serviços e arquivos por qualquer dispositivo conectado à *internet*, sem necessidade de instalação de programas ou de armazenamento de dados. Contudo, esse novo serviço musical, propiciado pelas nuvens, como é sugerido pela *Rhapsody*, possui um custo e diferencia-se conforme o dispositivo, criando nova distinção:

“Creio que para os consumidores mais jovens de música, ser dono de uma faixa não importa mais; o que interessa é o acesso a 16 milhões ou 20

¹¹⁷ Em 2006, ano de veiculação da notícia, domicílios com posse de computador em casa, representavam um percentual de 2,83% para as classes D e E e 18,81% para a classe C. Quando se trata dos domicílios com acesso à *internet*, nas classes D e E o percentual é de 1,61% e, na classe C, 12,10%. Os dados completos do CETIC.BR, “Indicadores sobre o uso das TIC no Brasil (2006)”, podem ser acessados em: <<http://cetic.br/tics/usuarios/2006/geral/>>.

milhões de faixas', disse Will Mills, diretor de música e conteúdo da Shazam. [...] Axel Dauchez, o presidente-executivo da Deezer, disse que uma questão importante era a necessidade de ensinar as pessoas que é possível ouvir muita música em seus celulares sem incorrer em pesadas despesas de tráfego de dados. 'Quando você chega a esse ponto, ninguém mais precisa ter uma canção gravada em sua máquina', disse (SANDLE, *GI*, 18/06/2012).

Nesta notícia associa-se um novo tipo de consumo musical com a juventude, que não seria mais dependente do *download*, segundo a notícia, o que sugere que esse recurso seria antiquado ou próprio de uma outra geração, que, mesmo frente a novas tecnologias, permanece com práticas já relegadas ao passado. O presidente-executivo da *Deezer* – serviço francês de música *on-line*, criado em 2007, líder na Europa – sugere a flexibilidade do consumidor no que se refere à mudança de comportamento em prol do consumo do serviço, bastando “ensiná-lo”. As notícias anteriores sugeriram a promoção de uma “obsolescência perceptiva”, segundo Goulart (2014), que consiste no princípio de fazer com que o consumidor se perceba antiquado no uso de determinado bem ou serviço, sugerindo a aquisição de um bem mais novo, visando ao consumo sucessivo de novas tecnologias. Com isso produz-se, de acordo com o autor, uma falsa necessidade de consumo que movimenta a máquina capitalista.

Nesse sentido, a inovação utiliza um critério ambíguo, já que a obsolescência, programada ou perceptiva, por exemplo, torna-se, frequentemente, um motor da inovação tecnofetichista (MUTIRÃO DA GAMBIARRA, 2010). Há de considerar, portanto, a invenção discursiva da obsolescência pelo mercado como um fator decisivo na promoção do consumo de novos bens e serviços. Sobre essa questão, afirma Guimarães:

[...] a aceleração do tempo de giro na produção teria sido inútil sem a redução do tempo de giro no consumo. A meia vida de um produto fordista típico, por exemplo, era de cinco a sete anos, mas a acumulação flexível diminuiu isso em mais da metade em certos setores [...]. A acumulação flexível foi acompanhada na ponta do consumo, portanto, por uma atenção muito maior às modas fugazes e pela mobilização de todos os artifícios de indução de necessidades e de transformação cultural que isso implica. A estética relativamente estável do modernismo fordista cedeu lugar a todo o fermento, instabilidade e qualidades fugidias de uma estética pós-moderna que celebra a diferença, a efemeridade, o espetáculo, a moda e a mercantilização de formas culturais (DAVID HARVEY, 2009 *apud* GUIMARÃES, 2012, p. 90).

Conforme afirma Guimarães, a estética pós-moderna da efemeridade, do espetáculo, da moda e da mercantilização cultural parece que se tornou mais visível pelos meios de

comunicação, especialmente pelo acesso à rede, configurando novos padrões identitários por meio de perfis de consumo no contexto dos lazeres (AMARAL, 2009).

Nesse contexto, os serviços de música *on-line* apareceram caracterizados pelos híbridos de rede social, sistema de busca e informação musical, constituindo plataformas, como se observa na notícia a seguir:

A palavra aqui é segmentação. Serviços como Last.fm e Pandora tentam uma combinação entre colocar na “programação” os artistas da preferência do usuário e o que ele pode vir a gostar. Os dois sites são semelhantes no sentido de que o primeiro passo do internauta é tentar determinar qual é o seu gosto musical, quais são os artistas que agradam. E cada sugestão feita pelos sistemas pode ser acatada ou descartada. A diferença está no fato de que o Pandora trabalha como um “genoma musical”. Uma banda ou um cantor já está ligado a outros nesse “mapa genético” e, portanto, uma única indicação do usuário já é suficiente para que o site faça sugestões (SUZUKI, *GI*, 18/12/2006b).

O *Last.fm*, por exemplo, citado na notícia, é uma das maiores plataformas sociais de música. Segundo Amaral, foi fundado em 2002, na Inglaterra, contava com mais de 65 milhões de itens em seu catálogo, possuía 21 milhões de usuários mensais e disponível em 12 idiomas. Em 2007, o serviço foi adquirido pela *CBS Interactive* pelo valor de 280 milhões de dólares (AMARAL, 2009). Ainda sobre essa plataforma:

O Last.fm é uma plataforma baseada no compartilhamento e recomendação musical que funciona com estações de rádio, fóruns e sistema de etiquetagem e indexação dos arquivos de música – esse “taggeamento” é feito pelos próprios usuários (folksonomia), construindo assim uma vasta base de dados sobre artistas dos mais diferentes gêneros musicais –, que são analisados a partir do *download* do *plugin audioscrobbler*, cuja função é fazer a leitura desses arquivos no computador e/ou *ipod* pessoal e publicá-los no perfil daquele usuário, conectando-o à *anima colectiva* da plataforma, com os perfis de amigos e vizinhos. Sistemas de recomendação têm por objetivo reduzir a sobrecarga de informação da *web* atual por meio da seleção de conteúdo baseada em preferências pelo usuário. [...] Modelos de recomendação baseiam-se na interseção dos contextos de usuários para estimar uma recomendação, o que tem sido feito através de dados semânticos ou pela análise de redes sociais (AMARAL, 2009, p. 120).

Deve-se observar que o sistema de recomendação (SR) da *Last.fm* está entre os mais populares da *internet*, situado em primeiro lugar no *ranking* de número de usuários entre os sistemas de recomendação analisados por Santini (2011) para busca e descoberta de informação. A ferramenta ajuda o usuário a administrar o problema de excesso de informação recomendando itens que correspondam aos critérios pessoais de relevância (exaustão e

precisão de sua busca) e também favorece novas descobertas conforme os interesses e gostos do usuário (SANTINI, 2011).

Nesse contexto, deve-se considerar que, segundo a obra *The Paradox of Choice*, de Barry Schwartz, publicada em 2004, o excesso de escolhas não só gera confusão, mas também é demasiadamente opressivo (ANDERSON, 2006). Sobre o comportamento dos consumidores, Anderson cita, de Schwartz, a expressão “tirania da escolha” e explica que, com o excesso de oferta, as escolhas não libertam, mas, sim, debilitam, e até podem se tornar tiranas. Apesar das consequências negativas da sobrecarga de escolhas, os consumidores querem alternativas, e muitas. Entretanto, os benefícios decorrentes da multiplicidade das escolhas não decorrem das opções em si, mas do processo de escolher. A recomendação de revistas como a *Forbes*, segundo Anderson, é oferecer aos clientes abundância de escolhas, mas também ajudá-los a pesquisar. E agora eles sabem como fazê-lo: “O paradoxo da escolha mostrou-se ter a ver mais com a deficiência de ajuda para exercer as opções do que com a rejeição da fartura” (ANDERSON, 2006, p. 118).

Dessa forma, sistemas de recomendação representam o novo paradigma da classificação, organização, busca e pesquisa em ambientes virtuais por meio da filtragem colaborativa dos usuários. A expansão constante e complexa do volume de informação na *web* tem tornado estas ferramentas muito atraentes para os usuários. Rifkin (2001) aborda a ideia de *tecnologias-R* para se referir às tecnologias de relacionamento. Segundo esse autor, a meta dessas tecnologias seria estabelecer relações permanentes entre o capital e seus clientes, tornando-as “conselheiros confiáveis” que instigam e alimentam as “comunidades de interesse”, produzindo relações comerciais de longo prazo, o que se assemelha aos sistemas de recomendação enquanto tecnologia vinculada às plataformas musicais. Outras iniciativas do gênero foram citadas na notícia abaixo:

A despeito de numerosas tentativas e da popularidade continuada da música entre os consumidores, poucas empresas iniciantes conseguiram lançar serviços de sucesso, em meio a dificuldades para obter apoio das gravadoras e concorrer com o poderio da iTunes, da Apple. Mas passados 10 anos, empresas como a Shazam, que identifica canções, e a Rhapsody, Spotify e Pandora conquistaram espaço no mercado ao distribuir música para maior número de consumidores em todo o mundo e ajudar a ampliar a receita das gravadoras, que antes as encaravam com desconfiança. As operadoras de telecomunicações, que têm a capacidade de embutir o custo de um serviço de música em sua assinatura mensal, e as redes sociais, que podem ajudar a divulgar músicas entre milhões de pessoas, ocupam posições chave. E explorar os mercados emergentes também pode ser útil. [...] 'E há a intermediação social, para tentar descobrir o que uma pessoa deseja ouvir' (SANDLE, *GI*, 18/06/2012).

Como se vê na notícia, a “intermediação social”, enquanto ferramenta sugerida pelos novos negócios de música *on-line*, como o *Spotify*, assemelha-se ao Sistema de Recomendação (SR), pois pode se configurar como estratégia de disseminação dos bens culturais e simbólicos em contexto digital, apontando tendências para a organização e orientação do consumo musical segundo técnicas refinadas que utilizam preferências dos usuários. Essa situação sugere novas questões ao debate sobre diversidade cultural (SANTINI *et al*, 2009), pois o excesso de experiências eletronicamente mediadas e, de acordo com o gosto de cada um, compromete outras experiências (diversas) que possam ser capazes de produzir empatia e, por que não, tolerância (RIFKIN, 2001). De acordo com o autor, a empatia seria o sentimento a partir do qual a confiança social é construída, criando vínculos de intimidade e de civilidade, próprios das comunidades. A empatia inclui compreensão mútua pelo qual aprendemos e nos importamos uns com os outros. Por outro lado, quanto mais distante estiver da experiência vivida de outro ser humano, menos provavelmente a pessoa será capaz de sentir empatia, sentimento no qual nossa cultura é modelada e nossa humanidade, forjada.

Nesta arena, para De Marchi (2011), parece evidente que as empresas do entretenimento digital estão se tornando os novos intermediários da indústria fonográfica no entorno digital, conforme aponta a notícia abaixo, reforçando a noção de mediação eletrônica:

Conforme o Gartner, os serviços de download e streaming de músicas irão guiar a indústria nos próximos anos. A consultoria estima que os serviços de streaming irão representar um terço (29%) dos gastos dos usuários com música *on-line* em 2015. “Os consumidores estão optando por dispositivos conectados, como tablets e smartphones, e o desejo pelo acesso e consumo de música e conteúdo está acompanhando esse crescimento”, diz Mike McGuire, vice-presidente de pesquisas do Gartner. “Gravadoras, artistas, editoras e novos intermediários de distribuição estão desenvolvendo novos modelos de negócio para atender a essa demanda”, acrescentou (MÚSICA..., *GI*, 8/11/2011).

A consultoria de pesquisa *Gartner*¹¹⁸ já previa, em 2011, um incremento nos serviços de *download* e *streaming* de música para 2015, fato que parece ter se confirmado em 2013, inclusive, com aumento de faturamento depois de 12 anos. É o que aponta a notícia:

¹¹⁸ *Gartner* é uma empresa americana de pesquisa e consultoria sobre negócios na área de Tecnologia da Informação (TI). Foi fundada em 1979 e tem sede em Stamford, Connecticut, EUA. Possui mais de 1600 analistas de pesquisa, consultores e clientes em mais de 90 países. Cf. <<http://www.gartner.com/technology/about.jsp>>.

A indústria da música deixou para trás 12 anos de queda em 2012, registrando um pequeno, mas importante aumento de 0,3 por cento em seu faturamento, que atingiu 16,5 bilhões de dólares, de acordo com dados da Federação Internacional da Indústria Fonográfica (IFPI, na sigla em inglês). [...] Uma vez mais foi o segmento digital que mostrou o mais forte crescimento, pela primeira vez mais que compensando o recuo na receita de vendas físicas. “No início da revolução digital, era comum dizer que a mídia digital estava matando a música”, disse Edgar Berger, presidente internacional da Sony Music Entertainment. “Bem, a verdade é que a mídia digital está salvando a música. Acredito absolutamente que isso marque o início de uma história de crescimento mundial. O setor tem todos os motivos para sentir otimismo quanto ao futuro”, disse. [...] As vendas digitais das gravadoras subiram cerca de 9 por cento no ano passado, ante 2011, para 5,6 bilhões de dólares, respondendo por 34 por cento do faturamento total. O faturamento com downloads de música subiu 12 por cento, com 4,3 bilhões de faixas compradas via download no mundo. As vendas digitais de álbuns cresceram 17 por cento, para 207 milhões de unidades. [...] Serviços de música por assinatura como o Spotify e o Deezer “chegaram à maioria” no ano passado, de acordo com a IFPI, e devem ultrapassar o marco de 10 por cento do faturamento digital total do setor de música pela primeira vez. O Spotify tem mais de 5 milhões de usuários pagantes, ante 3 milhões no final de 2011, e é a segunda maior fonte de receita digital para o setor de música na Europa. O Deezer também se expandiu rapidamente e atingiu os 3 milhões de assinantes em todo o mundo. Os executivos dizem que o número crescente de plataformas digitais ajudou as empresas a aumentar sua base de receita e que o surgimento de novos serviços era uma notícia positiva para o setor (VENDAS..., *G1*, 26/02/2013).

O otimismo das gravadoras em relação ao crescimento das vendas digitais, como sugerido por Edgar Berger, presidente internacional da *Sony Music Entertainment*, pareceu renovado com as estatísticas dos anos seguintes. Segundo o relatório *IFPI Digital Music Report 2015*,¹¹⁹ de fato, as receitas globais de música digital já se encontravam no mesmo patamar de faturamento que com os formatos físicos, em 2014. As receitas digitais, segundo o relatório, representam 46% de todas as vendas de música no mundo. De acordo com o documento, outros elementos indicam uma indústria em transição: aumento de 46,4% com usuários pagantes de serviços de assinatura de música *on-line*, representando 41 milhões de usuários no mundo, contrabalanceando uma queda de 8% na venda de *downloads*. O documento da IFPI afirma que a indústria fonográfica trata de um negócio cujo portfólio oferece diferentes canais de consumo. Para o órgão, há uma grande adesão, por exemplo, dos consumidores jovens aos serviços de *streaming*. Atribuem isso ao fato de que os jovens não têm ou não tiveram nenhuma experiência de possuir música e são, portanto, menos orientados aos modelos de propriedade tradicionais, como o “baixar” música, que conservam os arquivos em disco.

¹¹⁹ Cf. <<http://www.ifpi.org/news/Global-digital-music-revenues-match-physical-format-sales-for-first-time>>.

De acordo com o relatório *Digital Music Report* de 2014, havia, naquele ano, mais de 450 serviços de música *on-line* em mais de 100 países. A América Latina¹²⁰ se destacou como potencial consumidor pelo crescimento de 124% nos últimos três anos (em relação à data do relatório) quando comparada à média global de 28%. Além disso, o relatório também apontou a diminuição de 11% no uso de *bittorrents* em países europeus com bloqueios em *websites* e um aumento de 15% nos mesmos países em *sites* sem bloqueios. Em 2014, foram mais de 100 milhões de pedidos para remoção de *links* do *Google* que infringiram os direitos autorais.

Os dados dos relatórios da indústria – de 2014 e 2015 – e das notícias citadas – de 2011 e 2013 – mostram que ações simultâneas e paralelas, como a diversificação da oferta de novos serviços e maior vigilância na *web* – desde a Campanha Internacional contra a Pirataria, de 2006 – para que os negócios se renovassem e alcançassem uma nova fase, em ascensão, permaneceram como uma constante ao longo do período investigado – 2006 a 2013 – e, ainda, posteriormente a ele.

Algo que reforça a assertiva anterior é o fato de a indústria comemorar o incremento nas receitas, em notícia citada anteriormente, de fevereiro de 2013, ao mesmo tempo em que o alerta contra a pirataria permaneceu, como nas notícias seguintes, de 2009 e 2013:

Em 2008, segundo relatório da Federação Internacional da Indústria Fonográfica (IFPI, no original), as vendas globais de música digital cresceram 25 por cento, para 3,7 bilhões de dólares. [...] Apesar do crescente avanço do setor digital, a indústria fonográfica continua a se debater com o fenômeno da pirataria. Foram mais de 40 bilhões de arquivos de música baixados ilegalmente, a despeito das parcerias entre gravadoras e provedores para tentar elevar a cultura da legalidade na rede (MERCADO..., *G1*, 16/01/2009).

[...] Ele disse [Frances Moore, presidente-executivo da IFPI] que a pirataria na internet ainda tem impacto na indústria, estimando que cerca de um terço de todos os usuários de internet regularmente acessem sites sem licença para baixar músicas. A organização recomenda que empresas cortem a publicidade em sites ilegais de música e pediu que os serviços de busca priorizem os resultados da pesquisa referentes aos serviços legais. [...] 'Este é um problema em que os governos têm um papel fundamental a desempenhar, em particular, exigindo maior cooperação dos anunciantes, sites de busca, provedores de Internet e outros intermediários. 'As atividades destas empresas têm uma influência decisiva na formação de um negócio legítimo de música digital' (RECEITA..., *G1*, 27/02/2013).

¹²⁰ No Brasil, os seguintes serviços foram listados: *Deezer, Digital Virgo, Ideas Musik, iMusica, iTunes, Kboing, Mercado da Musica, Mundo Oi, Music Unlimited, Nokia Mix Radio, Power Music Club (GVT), rara.com, Rdio, Samsung Music Hub, Terra Musica Powered by Napster, TIM Music Store, Toing, UOL Megastore, Vevo, Vivo Musica by Napster, Xbox Music, Yahoo! Musica e YouTube.*

O relatório *IFPI Digital Music Report 2015* trouxe estimativas – com base em dados da *comScore /Nielsen* – que 20% dos usuários de *internet*, em 2014, por exemplo, ainda acessavam regularmente serviços não licenciados, como as redes de compartilhamento de arquivos *P2P*.

Neste cenário onde se situam conflitos de interesse, vários fatores parecem influenciar o comportamento no consumo musical: geração, classe, renda e condições de oferta dos serviços, entre outros, que são investigados frequentemente por companhias de pesquisa de mercado e de consultoria empresarial, tais como a norte-americana *NPD*,¹²¹ que atua em 20 países, realiza 12 milhões de entrevistas por ano e monitora dados de compras dos consumidores em mais de 165 mil lojas:¹²²

Os serviços para ouvir música na internet via streaming (reprodução sem download) estão ganhando rapidamente a preferência entre os ouvintes dos Estados Unidos com menos de 35 anos, segundo uma pesquisa divulgada nesta terça-feira (2). A pesquisa do Grupo *NPD* mostra que os serviços de rádio pela internet representaram 23% da música ouvida em média semanal por consumidores entre 13 e 35 anos no quarto trimestre de 2012. No ano anterior, a porcentagem para mesma faixa etária foi de 17%. A pesquisa mostra que esses ouvintes estão deixando de lado a tradicional rádio AM/FM, que perdeu dois pontos percentuais e agora representa 24% do tempo dedicado a ouvir música. Ao contrário, entre os maiores de 36 anos, a maioria dedicou mais tempo a ouvir música nas rádios AM/FM (41%), do que pela internet (13%) (USO..., *G1*, 2/04/2013).

A notícia acima salienta a preferência dos pesquisados americanos, de 13 a 35 anos, pelos serviços de música via *streaming*, contra os pesquisados acima de 36 anos que ainda preferem as rádios AM/FM. Como se vê, o comportamento do usuário acerca do consumo musical não se apresenta homogêneo entre os países, embora a maior parte das notícias apresente percentuais (de crescimento) dos novos serviços de música *on-line*, promovendo-os.

De acordo com os dados CETIC abaixo, mostrados na Tabela 7, os usuários brasileiros, por exemplo, permaneceram baixando música pela *web* nos últimos anos (entre 2006 e 2014), mesmo que os percentuais não sejam lineares. Por outro lado, a escuta de rádio em tempo real deixa de ser citada na pesquisa anual em 2013, cedendo lugar ao serviço de música *on-line*, quando é inaugurado com 63% nesse mesmo ano. Embora não se distinga as

¹²¹ A companhia *NPD* ocupava o 9º lugar, em 2013, na *Honomichl Top 50*, compilação anual publicada pela Associação Americana de Marketing sobre as 50 maiores empresas de geração de receitas operacionais de pesquisa em *marketing* situadas nos EUA.

¹²² Entre a expertise da *NPD*, incluem investigações nos setores de tecnologia, entretenimento, *videogames*, brinquedos, esportes, varejo, calçados, joias, relógios, móveis, material de escritório, vestuário, beleza, eletrodomésticos, automotivo, serviços de alimentação e comércio eletrônico. Para consultar a página oficial, acesse: <<https://www.npd.com/wps/portal/npd/>>.

modalidades – legal/ilegal – do *download* musical na estatística, o surgimento dos serviços de música *on-line* como um dos preferidos dos usuários representou uma grande mudança nos padrões de consumo musical, pela penetração rápida e fulminante dos serviços há pouco tempo lançados.

TABELA 7 – Proporção de usuários brasileiros por atividades realizadas na *internet* (2006-2014)

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Baixar/fazer <i>download</i> de música	26%	33%	32%	39%	47%	51%	46%	50%	51%
Ouvir rádio em tempo real	27%	36%	43%	40%	36%	37%	29%		
Ouvir música <i>on-line</i>	63%	57%

Fonte: Elaboração própria, 2014.

Nota: A tabela foi elaborada utilizando dados da pesquisa do CETIC, TIC Domicílios e usuários (2006-2014). Cf. <<http://cetic.br/pesquisa/domicilios/indicadores>>.

Segundo o Ministério da Cultura (2009), entre as práticas culturais realizadas em capitais brasileiras, “ouvir música” se apresenta como o primeiro lugar em todas elas, variando entre 43% a 53% na preferência dos pesquisados. Além disso, a música pode estar presente em outras práticas culturais também citadas pelo documento, como “reunir-se com amigos”, “ler livros”, “ir a bares”, “praticar algum esporte”, “sair para jantar”, “sair para dançar”, “ir ao cinema”, “ir a clubes”, “pintar/desenhar”, “ir à academia de ginástica”, “ir a *shows*” (nesse caso, está diretamente ligado à música), “ir a cafês”, “jogar *games*” etc.

Dessa forma, como alerta Santini (2009), a indústria da música é setor chave dentro do conjunto das indústrias culturais, pois irriga os demais setores por ser componente fundamental de outros produtos culturais, como filmes, televisão, *videogames* etc. Além disso, a música é um bem simbólico que transcende as barreiras da língua e demonstra ser o produto cultural com maior potencial de disseminação, principalmente no contexto digital, no qual permite o acesso a repertórios locais, nacionais e globais, podendo servir ao enriquecimento e preservação da diversidade cultural. Para isso, parece fundamental a formulação de políticas públicas que visem à promoção da diversidade cultural também nos ambientes digitais, visto que esse território parece dominado, majoritariamente, pelas megacorporações da iniciativa privada.

3.4 *Guitar Hero* e *Rock Band*: a emergência dos *games* musicais

Assim como a indústria da música *on-line* – monopolizada pela *Apple* – o setor dos consoles, da produção e distribuição dos *games* também não encontra grande concorrência, como veremos a seguir. Em relação aos consoles, são três empresas – as japonesas *Sony (Playstation)* e *Nintendo (Wii)*, além da norte-americana *Microsoft (Xbox)* – em todo o mundo que concentram as riquezas e as potencialidades do ramo dos consoles como negócio. Os dispositivos servem não só para rodar os *games* (em formato *CD* ou baixado direto da *internet*), mas também reproduzir *DVDs*, ouvir música por assinatura etc. Nesta arena, também se encontram as produtoras de *games*, que possuem, igualmente, versatilidade nos negócios ao criarem seus jogos para esses consoles, mas também versões para computador, *tablets* e *smartphones*.

Desde o lançamento de *Guitar Hero*, em 2005, que os *games* musicais se tornaram o novo mercado promissor para a música:

Os analistas são unânimes em afirmar que 2007 foi um ano excelente para o setor de videogames, em larga medida devido à ascensão na popularidade de títulos cuja base é a música. O total de vendas de videogames (hardware e software) até outubro era de US\$ 10,5 bilhões, ante US\$ 7 bilhões no mesmo período do ano anterior, de acordo com dados do NPD Group, informou a *Billboard*. Boa parte desse crescimento pode ser atribuído a um mercado mais estável para os consoles de nova geração: *Xbox 360*, *PlayStation 3* e *Wii*. Mas outro fator são os “jogos casuais”, segmento que inclui importantes *games* baseados em música. [...] Os jogos de música devem fazer verdadeira diferença no mercado [...] (JOGOS..., *G1*, 17/12/2007).

A *Harmonix Music*,¹²³ responsável por jogos como *Guitar Hero* e *Rock Band*, foi criada em 1995 por dois estudantes do MIT, Instituto de Tecnologia de Massachusetts (EUA), que se interessaram pela possibilidade de desenvolver jogos musicais – karaokê,¹²⁴ dança¹²⁵ e instrumentos.¹²⁶ Eles concluíram que os jogos musicais encorajavam os jogadores a se apropriarem de canções, possível por interfaces simples e compreensivas, permitindo graus de dificuldades adequados a todo tipo de habilidade do público, produzindo, dessa forma, engajamentos em novas experiências musicais.

¹²³ A empresa *Harmonix Music* foi comprada pela *MTV Networks*, em setembro de 2006. A *MTV Networks* faz parte do conglomerado midiático *Viacom*, que desde 2005 tornou-se *CBS Corporation* (EUA), quando da divisão da *Viacom*. Sobre essa empresa, confira: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Harmonix_Music_Systems>.

¹²⁴ *Karaoke Revolution* (2003); *Karaoke Revolution Vol. 2* (2004); *Karaoke Revolution Vol. 3* (2004); *Karaoke Revolution Party* (2005).

¹²⁵ *Dance Central*; *Dance Central 2*; *Dance Central 3*.

¹²⁶ *Guitar Hero* (2005); *Guitar Hero II* (2006); *Guitar Hero Encore: Rocks the 80s* (2007); *Rock Band* (2007); *Rock Band 2* (2008); *Rock Band Unplugged* (2009); *The Beatles: Rock Band* (2009); *Lego Rock Band* (2009); *Green Day: Rock Band* (2010); *Rock Band 3* (2010).

Foi nesse contexto que a indústria dos games também ampliou o leque dos negócios pela venda de jogos relacionados à música. Por meio de contratos e parcerias com as grandes corporações; a *Harmonix*, por exemplo, fez negócios como a *Sony* (para o jogo *Frequency*), com a *Microsoft* (para a criação do *Dance Central*) e com a *Apple* (para o lançamento do jogo *The Beatles: Rock Band*), reproduzindo uma nova cadeia de produção, dessa vez, para os games, pela existência da segmentação entre produção (plataformas), desenvolvimento (criação) e distribuição (promoção e vendas). Para os jogos *Guitar Hero* e *Rock Band*, a publicação e distribuição ficaram, respectivamente, com as empresas *RedOctane* (fechada em 2010 pela *Activision* – do conglomerado midiático francês *Vivendi*) e *Electronic Arts (EA Games)*.

Herschmann (2010) caracteriza essa indústria por: a) grande concentração – poucos produtores de dispositivos e jogos, amparados por grandes corporações multimídia; b) incompatibilidade de formatos – os jogos (em *CD* ou cartuchos) compatíveis com um console, em geral, não podem ser usados em outros (no máximo há compatibilidade entre versões de consoles da mesma empresa); c) serialidade dos títulos ofertados – exploram ao máximo os sucessos de jogos/versões anteriores; d) cadeia de produção concentrada (certas localidades de poucos países) com pouca possibilidade de autonomia para produção independente; e) baixo custo do *hardware* contrasta com alto custo do *software*; f) conteúdos segmentados que valorizam os aspectos sensoriais.

Todas estas características evidenciam o lucrativo ramo de negócio do qual a indústria da música também se beneficia ao diversificar sua cartela de investimentos. A notícia seguinte ilustra bem isso:

Dois meses depois do lançamento de “Rock band”, o download pago de músicas adicionais do jogo atingiu a marca de 2,5 milhões, segundo as produtoras MTV e Harmonix. Por outro lado, a Activision divulga que vendeu, via download, mais de 5 milhões de novas músicas de “Guitar hero III: Legends of rock” desde novembro. Em comparação, a operadora wireless Sprint levou quatro meses para vender 1 milhão de músicas (“reais”, não de videogame) pelo seu serviço de download. Enquanto novos serviços de venda de música digital que competem com o iTunes e com serviços de download gratuito peer-to-peer se esforçam para convencer os consumidores a pagar US\$ 1 por um single, músicas para download de jogos como “Rock band” e “Guitar hero” é que estão impulsionando as vendas das prateleiras digitais (ROCK..., *GI*, 21/01/2008).

Da mesma forma que a música digital vai, paulatinamente, ganhando espaço junto aos formatos físicos, os games parecem seguir a mesma tendência. Em 2015, por exemplo, os *downloads* de jogos cresceram significativamente no mercado frente à venda dos games em

formatos físicos (*CDs*).¹²⁷ Atribuem o crescimento à melhoria da velocidade de *internet* e a maior capacidade em disco, capazes de baixar, inclusive, os jogos pesados, evidenciando a significativa marcha rumo ao digital. A notícia seguinte confirma o otimismo no mercado de games:

Malcolm Pinkerton, autor do relatório [Verdict Research], diz que as lojas de música estão diversificando as ofertas e buscando mais espaço para tocadores de MP3, livros e games. “Embora um jogo custe três ou quatro vezes o preço de um CD ou DVD, ele tem uma longevidade muito maior, e agrega mais valor”, diz Matthew Piner, autor do estudo de varejo nos games. A Associação dos Varejistas de Entretenimento (ERA, na sigla em inglês) considera que 2008 foi um ano “incrível”. Steve Redmond, porta-voz da entidade, diz que a indústria musical está passando por uma transição, causada pelo download, mas que o apetite por música é maior que nunca. “Os varejistas saem ganhando de qualquer forma, seja com música, filmes ou games”, conclui (VIDEOGAMES..., *GI*, 5/11/2008).

De acordo com a notícia, os *games* seriam o produto do entretenimento mais lucrativo da Inglaterra, até o final de 2008, superando música e filmes. Embora os custos dos *games* sejam superiores aos das músicas e filmes, eles se relacionam a plataformas multimídia, como os consoles de nova geração que agregam maior interatividade com outras formas de uso que incluem serviços de música e reprodução de filmes em alta definição.

Além disso, alguns *games*, como o *Guitar Hero: World Tour*, lançado em 2008, permitiam que o usuário criasse suas próprias canções e as compartilhasse com a comunidade *on-line*. Mais de 141 mil músicas foram criadas e cadastradas pelos jogadores na rede (e isso somente através do *Guitar Hero* até 2008) (HERSCHMANN, 2010), fato que evidencia a natureza simbólica da partilha (caráter afetivo) que é apropriado pelas redes do capital. Nos Estados Unidos, também no ramo do entretenimento, os *videogames* superaram o cinema:

Um estudo divulgado pela consultoria NPD nesta quarta-feira (20) aponta que os videogames superaram o cinema quando o assunto é entretenimento para os norte-americanos. Segundo o estudo, 63% das pessoas jogaram algum game nos últimos seis meses, enquanto 53% delas foram ao cinema. O entretenimento universal, porém, continua sendo ouvir música, hábito adotado por 94% dos entrevistados. A pesquisa indica que a participação dos games na indústria do entretenimento vem crescendo em valores e número de pessoas. “Videogames respondem por um terço do gasto médio mensal do consumidor de entretenimento nos Estados Unidos”, diz Anita Frazier, analista da NPD. [...] Segundo a NPD, 31% dos entrevistados compraram um aparelho de videogame nos últimos 12 meses. [...] O relatório

¹²⁷ Cf. “Mercado de games tem virada digital em 2015” (WINGFIELD, *Estadão*, 27/12/2015), em: <<http://economia.estadao.com.br/noticias/geral,mercado-de-games-tem-virada-digital-em-2015,10000005763>>.

“Tendências de entretenimento na América” foi realizado através de questionários respondidos on-line, com a participação de mais de 11 mil consumidores dos Estados Unidos, acima de 13 anos de idade, segundo a NPD (NORTE-AMERICANOS..., *GI*, 21/05/2009).

Conforme já mostrado pelo Anuário de Estatísticas Culturais (2009) do Ministério da Cultura (MinC), ouvir música, no Brasil, é a prática cultural mais realizada pelos pesquisados em várias capitais do Brasil, variando 43% a 53% na preferência dos pesquisados. Jogar *games* também demonstrou estar à frente de ir ao cinema em todas as cidades pesquisadas, variando entre 9% a 14% e 7,6% a 12%, respectivamente.

O interesse pelos *games* musicais também tem propiciado um incremento nas vendas de guitarras elétricas e o número de pessoas interessadas em tocar instrumentos musicais, de acordo com Herschmann (2010). Segundo o autor, na Inglaterra, 2,5 milhões de jovens começaram a tocar o instrumento musical inspirado em jogos eletrônicos. O gênero musical *heavy metal* também teve destaque entre os *games* do gênero e, para Herschmann (2010), o jogo tem sido o responsável pelo contato com o estilo musical para muitos adolescentes – cujas bandas fizeram sucesso na adolescência de seus pais – e esse fato poderá trazer consequências importantes sobre a renovação do público consumidor e a criação do gênero musical no futuro.

Segundo Herschmann (2010), em 2008, pela primeira vez, os *games* de música superaram a venda dos *games* esportivos. Os jogos musicais também têm contribuído para a ampliação do consumidor do sexo feminino. Segundo ele, a maior parte do público desses jogos seria composta por essa parcela de público.

Como se vê, a tecnologia é resultado de forças sociais, econômicas, políticas e culturais. O seu uso e a forma como é apropriada continuam a definir o lugar das tecnologias nesta batalha, segundo Brant (2008). Quando o capital se apropria da informação social, ele estabelece as regras de inclusão ou exclusão da riqueza social nos sistemas de produção. Daí decorre o problema central da sociedade contemporânea que é a apropriação da informação social pelo capital, segundo Dantas (2012). Nesse sentido, as lutas sociais, segundo ele, deveriam começar a assumir como eixo principal, a democratização do acesso à informação em todas as suas formas de expressão e meios de difusão. Deve-se criar um programa que permita à sociedade beneficiar-se do conhecimento tecnológico socialmente acumulado.

Entretanto, as partilhas em plataformas proprietárias permanecem subjugadas aos termos de uso – do capital – das corporações. Temos observado que a transição do consumo de música física para o digital, em especial, via serviços da nuvem ou por *streaming*, inserem o consumidor na mesma lógica de uso das licenças de *software*, ou seja, paga-se por uma

licença de uso, não se detém propriedade por aquilo que é pago, portanto, segue-se toda a política de uso das corporações que, como sabe, visa exclusivamente ao lucro. Dessa forma, controla-se não só o acesso à música – pelos serviços de assinatura –, mas também há o controle de acesso a determinados gêneros, estilos e artistas – pelos sistemas de recomendação musical –, assim como também busca-se incentivar, por exemplo, as criações musicais dos usuários e seu compartilhamento com a comunidade *on-line* (no game *Guitar Hero*), dificilmente partilhadas fora dos programas de origem, exercendo também um novo controle.

Nesse sentido, fatores sociais de inclusão também se fazem presentes por uma maior participação de órgãos públicos, em toda a cadeia tecnológica e, por que não, na criação de um ecossistema tecnológico em prol da cidadania, com maior acessibilidade aos dispositivos eletrônicos, assim como pela criação de plataformas públicas de serviços que favoreçam trocas mais éticas e estéticas, constituindo-as em direitos digitais.

4 CAPÍTULO 3: ASPECTOS CULTURAIS DO DOWNLOAD DE MÚSICA NA INTERNET

Neste capítulo, agrupamos um conjunto de notícias que sugeriram análises sobre algumas práticas culturais, como o *remix*, próprio da cultura digital e o *tecnobrega*, como outro modelo de produção cultural.

O *remix*, também conhecido por colagem ou *mash up*, é uma prática cultural contemporânea que foi enormemente potencializada pela disponibilidade e acesso aos recursos digitais; dentre eles, o próprio *download* de música, enquanto matéria-prima, mas também inclui as ferramentas operacionais, tais como os programas (*softwares*) para edição de música.

Essa prática, em alguma medida, sugere uma convergência entre os papéis modernos de receptor ou consumidor com o de emissor ou produtor cultural. Nesse contexto, a produção cultural depende de matéria-prima que consiste no material multimídia (arquivos de música, de vídeo e de imagens) disponibilizado na *web* e acessado pelos usuários que podem, com algum esforço (disponibilidade de tempo, acesso gratuito a *softwares*, interesse e curiosidade), tornarem-se também produtores culturais. Para esta convergência entre as figuras do produtor e consumidor, Dantas (2014) criou um neologismo, o termo “prossumidores”, junção do produtor com o consumidor de produtos digitais, como veremos no tópico 4.1 – “A potencialidade do *remix* como prática cultural contemporânea”.

No tópico seguinte, o *tecnobrega* se configura, como veremos, não só como cena musical, mas como novo modelo de produção cultural, tornando a música local (*brega*) em um híbrido com a cultura global (música eletrônica), fato que interessa não só à cultura, mas também à economia. Este texto evidencia como estes dois aspectos encontraram-se enormemente conectados, principalmente no ciberespaço, um terreno marcado pelas megacorporações globais do entretenimento e ainda muito desconhecido enquanto objeto de políticas públicas nacionais. Neste capítulo, além do tópico 4.1, já citado, trataremos dos seguintes tópicos: 4.2 - “A produção, circulação e consumo no circuito do *Tecnobrega*” e 4.2.1 - “Articulações, disputas e relações com o *mainstream*: os casos Gaby Amarantos e Calypso”.

4.1 A potencialidade do *remix* como prática cultural contemporânea

Considerando o remix como tema, algumas notícias foram nosso foco de análise, em especial, as relacionadas ao *videomeme Harlem Shake*, à proliferação de *MCs*¹²⁸ e maior visibilidade ao trabalho dos *DJs*,¹²⁹ ao remix entre músicas e trilhas de *videogame*, ao remix de faixas musicais de artistas consagrados, ao uso de aplicativos de celular para remix, à divulgação de músicas remixadas e coletâneas do gênero, entre outras. Para a maior parte dessas notícias, observa-se a mistura entre os papéis de produtor e consumidor, próprios da cibercultura.

Abaixo, o surgimento do fenômeno midiático, *Harlem Shake*, que virou notícia:

A música “Harlem shake”, do DJ norte-americano Baauer, trilha de uma série de vídeos com danças bizarras postados por usuários no YouTube desde o início de fevereiro, é a mais vendida no iTunes dos EUA nesta terça-feira (19). “A loucura começou com um vídeo postado no YouTube no perfil de Filthy Frank, no dia 2 de fevereiro, com uma estrutura básica [...] Começa com 15 segundos com uma pessoa dançando a música, então explode com um grupo de pessoas entrando na dança, com tremedeiras e espasmos com edição rápida nos outros 15 segundos”, explica a “Billboard” sobre o estilo de vídeo que já foi reproduzido milhares de vezes por outros usuários. A faixa foi lançada para download gratuito em maio de 2012, mas só agora com a mania dos vídeos alcançou sucesso repentino (TRILHA..., *GI*, 19/02/2013).

A notícia relata o sucesso de vendas no *iTunes* (loja de música digital da *Apple*) da música *Harlem Shake* no momento em que também proliferam vídeos no *Youtube* com danças que têm a música citada como trilha sonora, vídeos esses que tiveram seu ápice no *site* de compartilhamento de vídeos no período de fevereiro a setembro de 2013.

Os vídeos criados e postados pelos internautas no *Youtube* tiveram como matéria-prima a faixa musical do *DJ* Baauer disponível sem custo na *web*, o que favorece novas criações que, para esse exemplo, incluíram diferentes linguagens (música e vídeo). A faixa era um remix (colagem) entre a música *Miller Time*, do grupo de *hip hop* norte-americano *Plastic Little*, com outras batidas elaboradas pelo próprio artista. O nome da faixa sugere uma

¹²⁸ “O acrônimo MC deriva da palavra em inglês *Masters of Ceremony*, que em português significa Mestre de Cerimônias. E pelo nome podemos perceber que um MC (pronuncia-se emici) não é apenas aquele que canta *funk*, é, na verdade, qualquer artista que comanda um evento. Pode ser um apresentador de um evento, que não precisa necessariamente ser um evento musical, ou mesmo um cantor de qualquer estilo, incluindo o *funk*. O trabalho do *MC* é falar com a plateia em geral, fazendo com que o evento mantenha um movimento”. Cf. <<http://minutodosaber.com/2013/10/o-que-significa-mc-e-dj/>>.

¹²⁹ “A sigla *DJ* significa em inglês *disc jockey*, em português seria disco-jóquei. Jóquei, além de ser o profissional que monta cavalos de corrida, também é uma gíria que revela alguém que opera carros específicos, máquinas ou dispositivos. Então, *disc jockey* seria, mais ou menos, numa tradução literal, aquele que opera o disco. O trabalho do *DJ* (lê-se di djei e não dji djei, como alguns pensam) é selecionar e rodar as mais diferentes composições, previamente gravadas para um determinado público-alvo, trabalhando seu conteúdo e modificando quando necessário. Cf. <<http://minutodosaber.com/2013/10/o-que-significa-mc-e-dj/>>.

homenagem póstuma ao dançarino de *hip hop*, Albert Boyce, criador da dança, morador do bairro Harlem, em Nova York (EUA), conforme relata Caetano (2013):

Em 1980, no bairro Harlem, na cidade de Nova Iorque, um dançarino de Hip Hop conhecido como Al B¹³⁰ – Albert Boyce -, criou movimentos nomeados “albee”. Segundo a definição do criador seus movimentos podem ser descritos como “a drunken shake anyway, it's an alcoholic shake, but it's fantastic, everybody appreciates it¹³¹.” Após um tempo os movimentos foram renomeados a fim de indicar o local de origem dos passos. O criador do Harlem Shake faleceu em 2006 e reacendeu a memória dos dançarinos e músicos ao resgatar os passos e compor as batidas apropriadas. Em agosto de 2012, o Dj Baauer – nome fantasia de Harry Rodrigues – a partir da letra da música “Miller Time” de Plastic Little, criou uma nova música remixando hip hop com eletrônica (CAETANO, 2013, p.7-8).

Homenagens póstumas carregam traços afetivos (reconhecimento ou relações de amizade) e, como se vê, podem servir a diferentes interesses, sejam eles afetivos – como sugerido pelos artistas – mercadológicos¹³² ou ambos, considerando a criação de rendas informacionais (DANTAS, 2008) sobre determinados fenômenos cuja apropriação privada se dá sob o consentimento de usuários e artistas.

Segundo Caetano (2013), a febre dos vídeos iniciou-se quando um usuário do *Youtube* (*The Sunny Coast Skate*) utilizou a dança para criar um vídeo, de 30 segundos, com uma performance coreográfica exótica na qual jovens dançavam sem referência a nenhum estilo de dança conhecido, expressando sua capacidade criativa e de improvisação. A partir daí, proliferaram outras iniciativas.

No período entre 1 a 11 fevereiro, segundo o gerente de tendências do *Youtube*, Kevin Allocca (CAETANO, 2013), foram mais de 12 mil vídeos, chegando a 4 mil postagens diárias. As buscas sobre o tema no *Google* tiveram um aumento de 669% e os *tweets* se multiplicaram em poucas horas, evidenciando uma enorme popularidade (CAETANO, 2013). Fato que evidencia fonte de renda para o referido *site* que arrecada recursos financeiros sobre as postagens que geram novos acessos (audiência) e possíveis cliques em anúncios publicitários. Foi dessa forma que o vídeo criado sobre a música, caracterizando um novo remix, se tornou em um *meme*, ou melhor, um *videomeme*.

¹³⁰ Segundo Vale (*et al*, 2013), Al B. tinha o hábito de fazer esta dança engraçada para animar a plateia durante os intervalos dos jogos de basquete que jogava nas ruas do bairro Harlem.

¹³¹ Em tradução livre da autora: “um balanço descontrolado, um balanço bêbado, mas é fantástico, todo mundo gosta.”

¹³² De acordo com Rifkin (2001), os campos de basquete de Harlem – assim como os pátios de colégios de Chicago, parques de skate de Denver e clubes de San Francisco – eram culturalmente interessantes ao ponto de empresas de *cool hunting* (FONTENELLE, 2004), que vendem relatórios de tendências culturais (de rua), enviarem seus representantes para terem acesso à cultura jovem e acompanhar as últimas ondas culturais.

De acordo com Caetano (2013), o estudo de *memes* tem seu início em 1976 com o livro *The Selfish Gene* de Richard Dawkins. O conceito de *meme* é sugerido por Dawkins, segundo Caetano (2013), no capítulo “*Memes: the new replicators*” a partir da raiz grega *mimeme* que possui como significado imitação, transmissão. Deste modo, o *meme* é um replicador cultural, que se propaga através das pessoas, por imitação, que tem se ressignificado e tornado um fenômeno cultural contemporâneo. Sobre a criação dos *videomemes*, a autora explica: “Estruturalmente o *meme* é simples: possui 30 segundos de duração, divididos em dois quadros de 15 segundos, a trilha e o entre quadros é o mesmo, assim o conteúdo dele fica a critério dos participantes” (CAETANO, 2013, p. 6).

A fim de entendermos melhor sobre o fenômeno dos *memes* na *internet*, recorro à Recuero (2009) que nos apresenta uma classificação dos *memes* de acordo com a sua longevidade (capacidade de permanecer no tempo); fecundidade (capacidade de gerar cópias) e fidelidade (gerar cópias com maior semelhança ao *meme* original). Segundo ela, o estudo das características dos *memes* nos permite identificar valores que são criados e difundidos na rede, tais como a autoridade, popularidade e influência que são atribuídos a eles. Observamos que *Harlem Shake*, no quesito “fecundidade”, parece alcançar a cifra dos *memes* epidêmicos e, quanto ao alcance, sua abrangência é típica de um *meme* global, ao ser lembrado tanto no desenho *Os Simpsons*, quanto pelo artista brasileiro Luan Santana, como confirmam as notícias a seguir:

Os personagens do desenho animado “Os Simpsons” são os mais novos a aderirem ao “meme” “Harlem shake”. Um vídeo compartilhado pela Fox no YouTube mostra a turma dançando o hit do DJ americano Baauer. [...] Nas imagens, é possível ver Homer e sua família com olhar tedioso sentados no tradicional sofá, para logo em seguida aparecerem usando fantasias e a dançarem de maneira esquisita e não-sincronizada. A música também está um pouco diferente. Após ser parodiada, o hit virou “Homer shake” (OS SIMPSONS..., *G1*, 4/03/2013).

Luan Santana gravou sua versão para “Harlem Shake”, em vídeo no qual aparece tocando violão e dançando enrolado em um plástico, em seu escritório (LUAN..., *G1*, 8/03/2013).

Os dois casos citados sugerem, segundo a Recuero (2009), popularidade, visibilidade e reputação. Em função dessas características, portanto, a música conseguiu alcançar recorde de vendas, conforme a notícia citada no início desse tópico.¹³³ Sugere-se com isso que criações

¹³³ A notícia intitulada: “Trilha de vídeos com dança bizarra, ‘Harlem Shake’ sobe nas paradas” (TRILHA..., *G1*, 19/02/2013).

(remixes), ao mesmo tempo em que remetem ao local, ao global, ao afetivo, ao popular, ao excêntrico, também se configuram como uma das mais cobiçadas matérias-primas para a indústria do entretenimento.

Empresas também têm adotado a replicação de suas marcas em *memes* epidêmicos a fim de dar visibilidade aos seus negócios, como foi o caso da *Maker Studios*, produtora de Los Angeles especializada em conteúdo pago para o *Youtube*, em fevereiro de 2013, utilizando-se do *Harlem Shake*, assim como fizeram as megacorporações *Vimeo*, *Ebay* e *Google* no mesmo período (CAETANO, 2013).

Outra notícia que interessa a esta pesquisa se dá pelo mecanismo de recrutamento afetivo pelas redes sociais proprietárias, como se vê na notícia abaixo:

Um avião de caça exposto em uma praça de Vinhedo (SP) foi usado como cenário para a gravação de mais uma versão dos micro vídeos inusitados, com danças bizarras e pessoas caracterizadas das mais diversas formas ao som da música 'Harlem shake', do DJ norte-americano Baauer. Desde o início de fevereiro, a internet tem sido invadida por uma série desses 'memes' em vários locais do mundo. [...] A ideia de gravar o vídeo em Vinhedo partiu do estudante de administração de empresas Higor Polo, morador da cidade. Ele conta que ficou sabendo do viral há uma semana por um colega de trabalho na empresa onde é estagiário em São Paulo (SP) e que depois disso conseguiu convencer amigos a participarem da gravação. [...] O estudante usou uma rede social e criou um grupo para convidar quem topasse aparecer com fantasias um tanto quanto peculiares. “Quando vi na internet achei muito engraçado e já falei com um amigo meu (o que aparece na primeira parte do vídeo dançando sozinho). Ele topou na hora. Aí criamos um grupo no *Facebook* e convidamos o pessoal”, explica o 'idealizador' do vídeo (LEITE, *G1*, 25/02/2013).

O estudante de Vinhedo mobilizou as relações afetivas para produzir a gravação do vídeo por meio da rede social *Facebook*. O episódio é relevante, pois evidencia um conjunto de características – como motivação, competência e capacidade de inovação – consideradas típicas dos empreendedores-colaboradores, como uma marca do capitalismo imaterial, segundo Gorz (2005). Para o autor, essas habilidades estariam presentes no âmbito do trabalho ou do lazer, pois “os trabalhadores do imaterial dão às atividades lúdicas, esportivas, culturais e associativas, nas quais a produção de si é a própria finalidade, uma importância que enfim ultrapassa a do trabalho” (GORZ, 2005, p. 23). E, segundo ele, produzir-se é trabalhar e isso inclui e mobiliza as disposições afetivas, consideradas por ele, um virtuosismo servil, que a empresa pós-fordista põe para trabalhar e explora.

Relacionado às tecnologias que exploram o consumo, Vale (*et al*, 2013) afirma que é especialmente a partir de 2005 que os *memes* veiculados pela *internet*, tais como vídeos e

imagens, adquiriram características gráficas marcadas pela estética do precário, como evidenciado nos vídeos *Harlem Shake*, marca da experiência da crise capitalista contemporânea frente a um transbordamento de novas tecnologias para consumo. Esta estética do precário evoca afetos e humores sem fim que animam as relações entre os atores do ciberespaço. Dessa forma, os temas abordados pelos *memes* incluem crítica política, cultural e social, denúncias de violência dos mais diversos tipos, sátiras de filmes, músicas, seriados ou celebridades, mas são as alfinetadas aos desafetos e lamentos afetivos “que melhor definem essa forma de comunicação contagiosa caracterizada por um apelo predominantemente sensacional e emotivo” (VALE *et al*, 2013, p. 2). Existem alguns fatores a considerar que favorecem a replicação de um *meme*, entre eles, o ambiente favorável e as emoções (MORAES, 2009).

De acordo com Dawkins (2002 *apud* MORAES, 2009, p. 25), “um meme pode ser uma boa ideia ou uma ideia estúpida – mas deve ser de fácil assimilação e imitação”. E complementa: “Os *memes* não poderiam se espalhar se não fosse o fato de os indivíduos terem a tendência biologicamente valiosa de imitar” (DAWKINS, 2002 *apud* MORAES, 2009, p. 25). Segundo Dawkins (2000, 2001, 2007 *apud* MORAES, 2009), essa característica humana de copiar e imitar é fundamental para nossa sobrevivência como seres humanos. A autora Simone de Vale defende que o *meme* também é capaz de despertar processos criativos. De uma maneira geral, acredita-se que “o que o público aprecia nessa espécie de consumo não é, em última instância, o fator ‘originalidade’, mas sim, talvez, a repetição e suas mínimas variações” (ECO, 1989, p. 136 *apud* FELINTO, 2008, p. 39 *apud* VALE *et al*, 2013, p. 7). Os *memes* possuem, portanto, um enorme potencial enquanto “máquina de ensinar” (GIROUX, 1995).

Neste cenário, as empresas parecem adotar também outras estratégias para efetuarem venda em rede: além da televisão, temos os computadores e os aparelhos celulares (*smartphones*) como dispositivos eletrônicos a mais na convocação ao consumo. A diferença é que agora os espectadores-internautas também participam do espetáculo e compartilham, frequentemente, pela capilaridade e alcance da *internet*, uma infinidade de repertórios simbólicos na rede:

Na nova ordem da música pós-MP3 e MySpace vale tudo: transmitir shows pelo YouTube ou pelo Twitter, distribuir música “de graça” em troca de uma twittada, até usar a web para compor parcerias entre fãs e artistas. De olho nas novas tendências, a dupla Zezé di Camargo e Luciano criou ainda outra forma de ficar perto virtualmente do público com o clipe interativo de

“Tapas na cara”, onde qualquer um pode inserir a própria fotografia no vídeo e fazer parte da história.

Já o cantor Tico Santa-Cruz, do Detonautas Roque Clube, é mais ousado ainda no contato direto com os fãs. Além dos “saraus eletrônicos” que promove pelo seu canal no site Justin.tv, ele chegou a compor uma música com seus seguidores do Twitter.

[...] o cantor do Fresno diz que também continua a aparecer sozinho na Twittcam para tocar e bater um papo com os fãs. “Não é uma ideia da gravadora nem nada, a gente simplesmente faz porque gosta. É um instrumento para fidelizar o fã”, garante.

[...] “Quando você responde a uma pessoa no Twitter, ela se sente muito importante”, concorda o sertanejo Luciano, da dupla Zezé Di Camargo e Luciano (STAMBOROSKI JR.; MILLER, *G1*, 28/07/2010).

Como observado, assistir a *shows* em tempo real no *Youtube* ou dar uma *twittada* em troca de uma música “de graça” transformaram-se em práticas compartilhadas e exploradas por artistas, fãs e usuários da rede, em que todos contribuem para o espetáculo por meio da interação. Segundo Dantas (2013), o que parece interessar em tempos de “capitalismo cognitivo”¹³⁴ é que o acúmulo de capital simbólico pode dar ao seu possuidor um grande poder de barganha na disputa pelas “rendas informacionais” (retorno financeiro próprio do capitalismo atual). Bourdieu (2004 *apud* DARBILLY, 2007, p. 19) afirma que o capital simbólico “pode assumir a forma de qualquer outro tipo de capital (seja ele físico, econômico, social ou cultural) desde que este seja percebido, reconhecido e valorizado pelos agentes sociais inseridos no campo”. Dessa forma, “o regime do capital tem uma convivência profunda com o desejo, sobre o qual ele repousa em larga medida” (PELBART, 2009, p. 105).

Outras situações nas quais os artistas foram representados pela questão da *inovação*, a partir das demandas e características tecnológicas próprias da rede (interação), incluíram outras manipulações do afeto:

Gastando US\$ 975, os fãs do Kiss não precisam nem levar sua câmera de vídeo. Eles ganham uma, junto com outros mimos e o direito de tirar uma foto com o grupo.

¹³⁴ Capitalismo cognitivo é o nome que alguns autores (Maurizio Lazaratto; Antonio Negri; Giuseppe Cocco; Yan Moulier-Boutang; Antonella Corsani; Jean-Louis Weissberg) dão para a crise do sistema capitalista e do modelo fordista de produção. O capitalismo cognitivo se dá na exposição da crise estrutural do capitalismo por conta de constantes mudanças nas relações de trabalho e, deste, com o capital, das novas tecnologias de informação e comunicação e de uma nova forma de organização cultural, em que o compartilhamento e a colaboração tornam-se centrais para o processo de constituição e acúmulo de conhecimento – matéria-prima do novo sistema (BARRETO, 2012).

Por US\$ 1.450, é possível participar de uma festa com karaokê e bebida liberada antes do show do Aerosmith e por US\$ 1.875, é possível levar até a cadeira onde se sentou durante um show do Bon Jovi.

A Time For Fun, empresa que produziu os shows do Kiss e do Aerosmith no Brasil e que vai trazer Bon Jovi a São Paulo em outubro, informa que esse tipo de evento chamado “meeting & greet” (“encontro & conversa”) também acontece em apresentações no país, mas que cada artista já traz a sua lista de contemplados de fora, com nomes que se cadastraram nos fãs-clubes oficiais.

Nos shows das matinês de happy rock do Restart, os fãs podem comprar diferentes pacotes VIP. Um dá direito a assistir à passagem de som do grupo, com o fã podendo subir no palco nos 15 minutos finais. Outro garante uma foto com o grupo, autografada e impressa na hora. E um terceiro permite participar de um encontro de meia-hora com os músicos no camarim após o show, com direito a petiscos e refrigerantes.

Já os fãs de Zezé di Camargo e Luciano têm mais chance de encontrar os ídolos ao vivo graças ao Twitter. Em cada show que fazem, eles sorteiam quatro seguidores para conhecerem a dupla no camarim (STAMBOROSKI JR.; MILLER, *G1*, 28/07/2010).

O que se observa nas passagens anteriores é que as práticas culturais da rede, baseadas em interação e colaboração, também afetam e modificam práticas fora dela, atualizando e renovando antigos hábitos de consumo, como a assistência de *shows* de artistas.

De acordo com Morin, “a vida somente tem sentido em interação em sistemas de cooperação, formando uma rede político-social que afeta, assim, a cultura e regula a produção e a reprodução de comportamentos” (2002 *apud* MORAES, 2009, p. 87), transformando, nesse contexto, a relação artista-público e público-artista. Tanto interação quanto cooperação são características altamente potencializadas pela *web* que a indústria da música tem se debruçado em aprender, modificando relações entre o artista e os fãs, assim como agregando novos comportamentos de consumo enquanto práticas de pertencimento social. Dessa maneira, alguns pesquisadores (PASQUINELLI, 2012; NEVES, 2011; DANTAS, 2013) alertam, afirmando que os valores como reciprocidade, colaboração e interação pela *web* estão sendo dominados ou sobrepostos pelo controle político e “renda informacional dos jardins murados”¹³⁵ (DANTAS, 2014).

Abaixo, identificamos outro exemplo cuja exploração privada da celebrada cultura do compartilhamento parece estar sugerida:

¹³⁵ Serviços em torno das megacorporações como *Facebook*, empresa proprietária do *Instagram* e do *WhatsApp*; *Microsoft*, empresa proprietária do *Skype*; *Google*, empresa proprietária do *Youtube*; *Yahoo!*, empresa proprietária do *Tumblr*; *Apple*, empresa proprietária do *iTunes*, dentre outras variações, como *pay per view*, jogos em rede, assinaturas por serviços extras como “nuvens” (*Google Drive*, *OneDrive*), música (*Spotify*, *iTunes*) e filmes (*Netflix*).

O cantor uruguaio Jorge Drexler idealizou um aplicativo que permite aos usuários criar infinitas versões diferentes de suas canções modificando a música e a letra usando celulares. O 'app', chamado 'n', possibilita ao usuário interagir em tempo real com a música e criar as combinações que desejar. [...] O aplicativo está disponível a partir de hoje para download gratuito em dispositivos iOS e para telefones Samsung com Android [...] – mas quem quiser ter a experiência completa de compartilhar e guardar as canções editadas, precisará pagar taxas pelo serviço (JORGE..., *GI*, 29/11/2012).

O aplicativo, designado apenas como *n*, disponível gratuitamente para *download* para *smartphones* (“os celulares inteligentes”) com sistema operacional *iOS* (*Apple*) ou *Android* (*Google*), permite ao usuário não somente ouvir a música do artista uruguaio Jorge Drexler, mas também criar inúmeras, isto é, “n” versões da canção. O usuário torna-se aqui produtor de conteúdo ou artista como seu ídolo, já que, como é afirmado na notícia, “todo o mundo hoje em dia quer editar de uma forma ou outra”.

Se a imitação e a invenção constituem características da condição humana (MORAES, 2009), logo, o *download* gratuito do aplicativo permitirá a criação de algo novo. Contudo, caso o usuário queira mostrar ao seu amigo na escola ou faculdade (salvando o material produzido) ou quiser “compartilhar” a sua “arte” com os amigos das redes sociais *on-line*, terá que pagar as taxas. O gratuito logo se converte no pago para que a produção alcance o seu destino, embora não devamos descartar aqueles usuários que resistem a esta lógica, mesmo que tarefas difíceis quanto acessar, produzir e compartilhar estejam na ordem do dia.

Outra notícia na qual o remix é celebrado a partir da possibilidade de recriação dos usuários:

[...] a banda britânica Radiohead coloca nas mãos do público a possibilidade de remixar a faixa “Nude”, novo single do grupo. As instruções para participar foram divulgadas no site www.radioheadremix.com, que receberá as versões e já disponibiliza também para audição *on-line* os primeiros remixes enviados pelos fãs. A banda promete “ouvir os melhores remixes” e manter atualizado um top 10. O público poderá votar nos melhores até o dia 1 de maio. A matéria-prima para os remixes de “Nude” - ou seja as faixas com baixo, voz, guitarra, bateria, cordas e efeitos - deve ser comprada pelos fãs no site iTunes (usuários brasileiros não têm acesso ao conteúdo da loja de músicas virtual da Apple). “Você poderá misturá-las da forma que preferir, seja adicionando suas próprias batidas e instrumentação, ou simplesmente remixando as partes originais”, informa o site (RADIOHEAD..., *GI*, 1/04/2008).

Novamente, o remix, como prática cultural contemporânea, é incentivado aos usuários, mas com material pago e transformado em um jogo cujos personagens principais são os

internautas com a missão de um ser o melhor (um contra todos) a fim de serem recompensados pelo reconhecimento do público e pelo elogio (*ranking*) do ídolo. Como afirma Dantas (2014), é o lazer do internauta transformado em trabalho gratuito gerador de renda informacional, cuja moeda é o capital simbólico (reputação, popularidade e visibilidade), transformado em capital econômico.

Talvez, a mais perversa das apropriações, seja a que está evidenciada na notícia a seguir, em que uma produção realizada pelo internauta-artista, motivada por algum tipo de retorno financeiro ou pelo simples apego à obra do artista, é transformada em conteúdo “oficial”. Isso significa que o vídeo noticiado transformaria, provavelmente, a sua autoria em propriedade de outrem:

A banda britânica de rock Radiohead anunciou hoje que o vídeo do animador francês Clement Picon para a música “Reckoner” será adotado como oficial pelo grupo. O clipe foi um dos quatro vencedores de um concurso on-line realizado pelo Radiohead em parceria com o site AniBoom. Os ganhadores receberam 10 mil libras cada. Thom Yorke, vocalista e líder da banda, postou o vídeo no site oficial do Radiohead. “Esta é uma das coisas mais interessantes que eu já vi em vídeo”, comentou Yorke, que está no Japão no momento. “Foi resultado de um concurso que fizemos na internet. Gostamos tanto que perguntamos a ele se poderíamos transforma-lo em vídeo oficial de ‘Reckoner’. Ele disse que sim”, complementa (RADIOHEAD..., *GI*, 1/04/2008).

A banda Weezer também criou iniciativa parecida com a da notícia anterior:

“Eu escrevi essa faixa, ‘Sushui’, e estou querendo fazer uma letra para ela”, diz Cuomo em seu perfil no site colaborativo Indaba Music. “Mas antes de colocar a letra, eu queria que alguém fizesse uma versão melhor da demo. Eu pago US\$ 208 (R\$ 370) por ela”, explica o músico. Os fãs podem fazer o download dos arquivos com a transcrição da faixa, regravar a música e subir a nova versão no site. Cuomo ainda não anunciou quando vai escolher sua versão favorita. O Weezer também aproveitou o fim de ano para liberar uma versão de “We wish you a Merry Christmas”, canção tradicional natalina, para download gratuito no site oficial do grupo (VOCALISTA..., *GI*, 22/12/2008).

Iniciativas como essas têm bastante similaridade com outros “concursos” descritos por Dantas (2012), como o da *Nokia* que consistiu na consulta aos usuários sobre o que eles gostariam de ver nas telas de seus *smartphones*. Entre as sugestões dadas gratuitamente pelos usuários, a empresa selecionou a contribuição de um indiano na qual sugeriu uma identificação visual que substituísse as senhas. Então, a *Nokia* ofereceu 100 mil dólares para quem desenvolvesse um programa no prazo de 36 horas. No exemplo, o autor afirma que

quem ganhou o concurso foi um brasileiro, cujo programa foi transformado, obviamente, em propriedade intelectual da *Nokia*.

Da mesma forma, a *Procter&Gamble* ofereceu, pela *internet*, 300 mil dólares ao químico que criasse uma solução para tirar manchas de vinho das roupas, o que poderia levar ao risco de desemprego de seus 7 mil químicos contratados (DANTAS, 2012), considerando que as empresas conservam cada vez menos assalariados¹³⁶ (GORZ, 2005), pois há uma *expertise* – profissionais de alto nível – de colaboradores externos que se submetem aos trabalhos autônomos e temporários, selecionando-os cada vez mais e desempregando outros trabalhadores na mesma medida, precarizando, assim, as relações de trabalho. Outro exemplo disso é o caso da *Goldcorp*, empresa de mineração que colocou na *internet* seus mapas geológicos e ofereceu 500 mil dólares ao geólogo que lhe indicasse a localização de determinada jazida, na qual estudos posteriores revelaram uma reserva no valor de 3,4 bilhões de dólares. Dessa forma, o valor de mercado da empresa saltou de 90 milhões de dólares para 10 bilhões de dólares (DANTAS, 2012). Para Dantas, esta produção não é colaborativa, ao menos, não nos casos exemplificados. Na maior parte dos casos, o tempo e o talento dos usuários se tornam empreendimentos privados visando o lucro.

A ideia de indústria criativa, como extensão da indústria cultural, por exemplo, enfatiza a relação entre criatividade e economia no sentido de produzir e circular bens simbólicos, mas foge do debate clássico sobre a mercantilização da cultura. Para Pires, a indústria criativa é vista como uma estratégia de repensar a economia global de forma a reestruturar e revitalizar o capitalismo após a crise do paradigma fordista. Segundo esse autor:

Um processo, no nosso entender, não mais centrado na transformação (da natureza ou do outro), na dicotomia do binômio tempo do trabalho/tempo do lazer e na homogeneização da sociedade de massa, mas sim na mobilização e agenciamento de novos valores e estilos de vida múltiplos e alternativos, conformados por – e constituintes de – virtualidades (potencialidades) e imaterialidades (habilidades cognitivas e capacidades comunicativas) [...] (PIRES, 2009, p. 221).

Sendo assim, sugerimos que as fontes e demais fatos citados evidenciam que economia e cultura se alimentam mutuamente. Isso parece ficar claro quando da adoção similar dos modelos de negócios e da produção cultural, quando possuem elementos bastante

¹³⁶ “A grande firma não conserva senão um pequeno núcleo de assalariados estáveis e em período integral. O restante de ‘seu’ pessoal – ou seja, 90% no caso das cem maiores empresas americanas – será formado de uma massa variável de colaboradores externos, substitutos, temporários, autônomos, mas igualmente de profissionais de alto nível” (GORZ, 2005, p. 24).

próximos, ao transformar repetição em invenção, reprodução em inovação, autoria em propriedade, lucro em renda, celebridade em marca, material em imaterial, massa em nicho e cadeia de produção por rede de fluxos.

Obviamente, a convivência pacífica entre esses opostos ainda tem lugar e é daí que surge o conflito do capital quando ele preserva, concomitantemente, disciplina e controle, repressão e estimulação. A indústria fonográfica, por exemplo, permanece contrária e *disciplinada* no combate de compartilhamento de arquivos musicais pelas redes *P2P* (*torrents*), quando o mesmo compartilhamento corrobora com o seu novo estágio intitulado de “capitalismo cognitivo”; ao mesmo tempo em que estimula e *controla*, mas não abandona a perseguição à riqueza da rede (trocas livres de exploração mercantil) buscando incessantemente a sua cooptação, insistindo em transformar autoria em propriedade privada, como faz a política do *Copyright*.

Celebridades, invenção e nichos são tão valorizados nas esferas do trabalho e lazer, mesmo que, por interesse e significados diferentes, essas esferas sejam como motores da economia e, agora, parecem conviver em fronteiras ainda mais próximas e difusas:

Para Michael Hardt e Antonio Negri trabalho imaterial é aquele que cria não somente produtos materiais, mas bens imateriais, como o conhecimento, informação, comunicação, relação e afeto. O trabalho imaterial, por produzir essencialmente relações que alteram a própria sociabilidade, ele seria também biopolítico, ou seja, pertence a um campo onde as categorias políticas, econômicas, sociais, culturais tornam-se cada vez mais justapostas e misturadas. Gorz usa a expressão capital imaterial, intelectual ou capital humano aproximando-se mais da definição de Paolo Virno em relação ao trabalho imaterial como totalização das capacidades intelectuais, linguísticas e afetivas humanas. Em todos os autores citados o modo de geração de valor do capitalismo pós-fordista desloca-se do tempo de produção, do trabalho objetivo, para o trabalho inventivo e comunicacional, simbólico e estético, ou seja, o trabalho imaterial (BARRETO, 2012, p. 14).

A esse respeito, em entrevista,¹³⁷ Antonio Negri afirma a transformação contemporânea do trabalho em que o social se tornará lócus de produção de valor. Nesse cenário, a fábrica dá lugar à metrópole, assim como a massa trabalhadora se converte em multidão. Por isso, o autor fala de uma luta biopolítica, pois as atividades humanas (cuidados, afetos, comunicação) estão sendo mercantilizadas, privadamente apropriadas. Segundo Pelbart, o capitalismo passou a mobilizar a subjetividade em uma escala nunca vista. Para

¹³⁷ Cf. Entrevista de Antônio Negri concedida a Lorenzo Cini e Jerome Roos: “Negri: hora de repensar a revolução?” (CINI, 2016). Disponível em: <<http://outraspalavras.net/posts/antonio-negri-da-recusa-ao-trabalho-a-tomada-do-poder/>>.

esse autor, a força de invenção se tornou a principal fonte de valor, independente até do capital ou da relação assalariada: “Pode-se dizer que a força-invenção está disseminada por toda parte, e não mais circunscrita aos espaços de produção consagrados enquanto tais” (PELBART, 2009, p. 132). Há um novo regime de controle por meio da comunicação e redes que são, por vezes, interiorizadas pelos próprios sujeitos, ao que Pelbart intitula de “alienação autônoma” (2009, p. 81).

Nesta arena, a nova relação entre público e artista, explorada por agências recrutadoras de talentos típicas da arquitetura da *web 2.0*, atualiza o *espetáculo* de Guy Debord e moderniza antigos interesses de mercado transformando-os em economia do afeto (PELBART, 2009) ao atuar “no sentido de gerar, estimular, mobilizar ou agenciar comportamentos, identidades, gostos estéticos e necessários à formação e consolidação de hábitos para o consumo” (DANTAS, 2014, p. 91), típicos da proeminência dos modismos do consumismo, celebridades transformadas em marcas fidelizam “clientes”, especialmente *DJs* – muitas vezes consagrados pelo remix – assim como os eventos consagrados:

O canadense [DJ e produtor musical Deadmau5] lança músicas de maneira independente desde 2005, e ganhou proeminência em sites de download e streaming como o especializado Beatport. O bom show no Lolla mostra que o DJ já tem status de rockstar para parte do público brasileiro (ORTEGA, *GI*, 29/03/2013).

Deadmau5 é o nome artístico de Joel Zimmerman, *DJ* e produtor canadense que lançou diversos álbuns de música eletrônica. Desde o lançamento do álbum “Random Album Title”, em 2008, o *DJ* compõe o grupo de artistas da gravadora americana independente *Ultra Records*, especializada em música eletrônica. A gravadora foi formada em 1995, em Nova York, por Patrick Moxey,¹³⁸ ex-executivo da *Polygram* e da *Virgin Records* e, desde 2006, a gravadora remixa músicas de artistas da *Warner Music Group*, uma das maiores gravadoras do mundo.¹³⁹

O evento citado na notícia da citação em bloco anterior, *Lolla*, se refere ao festival anual de música *Lollapalooza*, parceria do idealizador do evento Perry Farrel (cantor da banda *Jane’s Addiction*) com a empresa *C3 Presents* que produz e promove *shows* e realiza gestão

¹³⁸ A página da gravadora *Ultra Records* pode ser acessada através desse link: <<http://ultramusicmedia.com/pages/labelabout/>>.

¹³⁹ A *Warner Music* figura no rol das três maiores gravadoras do mundo, junto da *Universal Music* e *Sony*. Cf. “MySpace lança plataforma musical com Universal, Sony BMG e Warner” (MYSPACE, *IG*, 3/04/2008), em: <<http://ultimosegundo.ig.com.br/mundo/myspace-lanca-plataforma-musical-com-universal-sony-bmg-e-warner/n1237682462170.html>>

artística. Desde dezembro de 2014, a *C3 Presents* pertence a *Live Nation Entertainment*, que tem como subsidiária, desde 2010, a *Ticketmaster*, uma das principais empresas que atuam com venda de ingressos e que está presente em várias partes do mundo. A *Live Nation* tem se tornado uma megacorporação no que se refere à gestão da carreira artística – que abarca desde o licenciamento das músicas, *site* oficial, venda de ingressos *on-line*, patrocínio, publicidade e transmissão de *shows* dos artistas – da música na atualidade. Como afirma a *Ticketmaster*, a *Live Nation Entertainment* é a principal empresa de entretenimento ao vivo do mundo e é constituída por líderes globais de mercado, como a própria *Ticketmaster*, *Live Nation & House of Blues Concerts*, *LN Media and Artist Nation Management*.¹⁴⁰

Outra notícia relacionada ao remix se refere à divulgação de novos álbuns de artistas que já foram consagrados pela indústria:

“Wait for me”, novo álbum de Moby, ganhará uma versão dupla de remixes com participação dos brasileiros Gui Boratto e da dupla Mixhell. Com previsão de lançamento para 17 de maio, “Wait for me. Remixes!” trará ainda faixas remixadas pelos DJs Carl Cox, Paul Kalkbrenner e Tiësto. Lançado em formato de CD duplo e disponibilizado para download, o projeto inclui um set mixado por Moby (DJs BRASILEIROS..., *G1*, 23/03/2010).

Neste trecho, a dupla Mixhell não é apresentada, mas é projeto de Iggor Cavalera, ex-baterista da banda de metal Sepultura, junto de sua esposa Laima Layton.¹⁴¹ O ex-baterista também foi um dos criadores, em 1995, da grife de moda Cavalera, junto de Alberto Hiar,¹⁴² fato que reforça a relação entre celebridades e marcas.

Na linha do trabalho inventivo ou operando com os afetos das relações, artistas consagrados, ou não, também aderiram à disponibilização gratuita de suas músicas aos internautas, seja para o remix, seja para a divulgação e partilha na rede. Esse último interesse foi numericamente bastante significativo frente ao conjunto de 713 notícias analisadas, das quais reproduziremos apenas algumas nas quais alguns artistas se manifestam em relação a esta disponibilização gratuita:

A gente só lança faixa nesse esquema, somos total da geração internet, download, fazer o Radiohead e deixar todo mundo pegar o que quiser. Até

¹⁴⁰ Cf. <http://www.ticketmaster.com/about/about-us.html?tm_link=tm_homeA_i_abouttm>.

¹⁴¹ Cf. “Mixhell, projeto de Iggor Cavalera, faz som eletrônico com alma metal” (ASSEF, *Folha de São Paulo*, 7/08/2014), <<http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2013/08/1322467-mixhell-projeto-de-iggor-cavalera-faz-som-eletronico-com-alma-metal.shtml>>.

¹⁴² Sobre a grife Cavalera, confira a ficha técnica da marca nesse link: <<http://moda.terra.com.br/spfw/famosos-no-spfw/ficha-tecnica-da-cavalera,f60891d84324d310VgnCLD200000bbcceb0aRCRD.html>>.

nossas acapellas nós liberamos para quem quiser baixar e fazer remixes, como os Beastie Boys fazem no site deles (NOGUEIRA, *GI*, 20/12/2007).

A cantora e compositora Rita Lee disponibilizou em seu site oficial os canais de áudio da música “Ti ti ti” separadamente. Dessa forma, quem baixar os arquivos poderá fazer sua própria mixagem da canção (RITA..., *GI*, 21/02/2010).

A banda francesa Phoenix liberou em seu site oficial, separadamente, os canais de áudio das faixas do álbum “Wolfgang Amadeus Phoenix” de graça. Dessa forma, quem baixar os arquivos poderá fazer sua própria mixagem das canções do disco lançado em 2009. Em comunicado publicado na página, o quarteto revelou que a iniciativa foi um “presente” para os fãs (PHOENIX..., *GI*, 21/09/2010).

Alguns artistas incentivam o acesso às suas obras, disponibilizando-as gratuitamente na rede, já que “antes de você vender, você deve ser encontrado” (LEONHARD, 2008 *apud* SILVA, 2011, p. 7). Eles desejam que os usuários continuem o seu trabalho, seja reinterpretando-o, reconstruindo-o ou recriando-o (SILVA, 2011). Embora exista uma potência econômica por trás disso, não podemos descartar o caráter simbólico e estético existente nas produções e compartilhamentos subsequentes. Nesse contexto, a política dos direitos autorais, quando não prevê estes tipos de troca, parece inadequada ao contexto e sofre de controvérsias (ver primeiro capítulo deste trabalho, “Aspectos políticos do *download* de música na *internet*”).

Outras notícias que dão visibilidade ao remix ou a cultura *mash up* incluíram o produtor musical Greg Mills, responsável pelo projeto *Girl Talk*, célebre no documentário *Rip! A remix manifesto*¹⁴³ por ter lançado uma discussão sobre transgressão das leis de direitos autorais na realização de seus trabalhos.

Na notícia abaixo, o artista se posiciona afirmando que não teme ser processado por usar *samples* de artistas sem autorização, postura que lhe concede certa reputação no cenário da música. Na ocasião, “Girl Talk” era uma das atrações do Festival Planeta Terra de 2010, evidenciando que o subversivo também pode ser *mainstream*. O festival musical é realizado na cidade de São Paulo, desde 2007, pela *Terra Networks*, de propriedade da empresa *Terra*, portal e provedor de *internet*, que compõe a megacorporação espanhola *Telefônica*. Nesse sentido, concordamos com o Coletivo Passa Palavra (2013) quando afirma que a “contracultura” ou “cultura da rebeldia”, comum nas atitudes comportamentais dos jovens, tem sido alvo de investimento de agenciadores de talentos que cultivam estes sentimentos de

¹⁴³ Cf. <<http://ripmix.com/>>.

pertença altamente lucrativos de artistas que transitam entre a crítica politizada do *underground* e a consagração *mainstream*:¹⁴⁴

O produtor musical Gregg Gillis, homem por trás dos mash-ups do projeto Girl Talk, liberou para download gratuito no site Illegal Art o seu quinto álbum. [...] O Girl Talk será uma das atrações do Festival Planeta Terra, que acontece no próximo dia 20, em São Paulo. Gills já se apresentou no Brasil em 2007, durante o Tim Festival. Em entrevista ao G1, na época, ele disse não temer ser processado por usar samples dos artistas sem autorização. “Nenhum artista que poderia implicar com alguma coisa no disco ouviu o álbum”, debochou (GIRL..., *G1*, 15/11/2010).

Observamos que, apesar da convivência até harmoniosa entre elementos aparentemente tão díspares vistos, até aqui, relativos ao remix (por exemplo, a contracultura e o *mainstream*), encontramos ainda iniciativas que se conservam, pelo menos aparentemente, desvinculadas de qualquer interesse financeiro, *a priori*, mesmo que não isentas de apropriações privadas por terceiros. Uma dessas iniciativas foi notícia publicada – texto curto, de apenas quatro parágrafos breves e objetivos – no *G1* da qual destacamos o seguinte trecho:

Até domingo (10) acontece a Semana Mundial do Som com Software Livre (SeMuSSum), que visa incentivar a produção artística utilizando ferramentas de código aberto. Vale qualquer tipo de som, música, voz, samples, loops, rádiotransmissões, ruídos e experimentos. As duas únicas exigências do concurso são duração máxima de 15 minutos e produção com software livre. [...] Todos os trabalhos serão avaliados e os melhores estarão reunidos em uma coletânea que será oferecida em forma de “CD virtual” no site do projeto. Para mais detalhes, acesse o Estúdio Livre (NENO, *G1*, 4/06/2007).

O *Estúdio Livre*¹⁴⁵ é uma plataforma baseada no conceito e ferramenta do *Software Livre*, uma comunidade pioneira alicerçada em quatro liberdades relacionadas aos programas (*softwares*) intitulados “livres”: liberdade de executar programas, liberdade de estudá-los e adaptá-los, de redistribuí-los e de aperfeiçoá-los, mas, jamais, torná-los proprietários, ou seja, jamais restringir o acesso ao seu código-fonte. Liberdades essas não contempladas em *softwares* (proprietários) das megacorporações, como a *Microsoft*, que transformam o

¹⁴⁴ Segundo Lima, “A compreensão do termo *underground* implica tanto em aspectos plásticos quanto ideológicos e fica clara em oposição ao termo *mainstream*, pois se tratam de duas qualificações bastante utilizadas pela crítica musical. ‘Um produto *underground* é quase sempre definido como ‘obra autêntica’, ‘longe do esquema’, ‘produto não comercial’ (CARDOSO FILHO; JANOTTI JR., 2006, mimeo)” (LIMA, 2013, p. 121). A palavra *mainstream*, de difícil tradução, significa, literalmente, dominante ou grande público, sendo usada em geral para se referir a um meio de comunicação, um programa de televisão ou um produto cultural que vise um público amplo. *Mainstream* é o inverso da contracultura, da subcultura, dos nichos; para muitos, é o contrário da arte (LIMA, 2013, p. 151). As definições de ambas as definições, *mainstream* e *underground*, e os trânsitos entre elas são tratadas no capítulo 3 da tese de Lima.

¹⁴⁵ A respeito de *Estúdio Livre*, confira o link: <<http://estudiolivre.org/>> e também Alencar Viana (2010).

conhecimento compartilhado em propriedade privada, com as patentes. A colaboração na rede foi um princípio utilizado pela comunidade de *Software Livre* muito antes do surgimento da *web 2.0* e buscou trabalhar a apropriação tecnológica como fator de desenvolvimento cultural e social.

Outras iniciativas encontradas entre as notícias analisadas foram aquelas em que os afetos não foram totalmente corrompidos pelos aspectos financeiros, por meio dos remixes com trilhas sonoras de videogames antigos:

[...] dois projetos de covers em chiptune (estes sem fins comerciais) foram lançados: “Weezer - The 8-bit álbum”, uma coletânea de sucessos da banda de indie rock americana em versões retrô, e “DaChip”, releitura no mesmo estilo de alguns hits da dupla de eletrônica Daft Punk. “Weezer é a minha banda favorita e também ouço muito chiptunes, então esse disco era algo que eu queria desesperadamente ouvir”, diz Ross Murdoch, um dos sócios do selo independente Pterodactyl Squad, responsável pelo lançamento de “Weezer - The 8-bit álbum”. O projeto - disponível para download gratuito no site - traz releituras de 14 canções pinçadas de diversos álbuns da banda, incluindo “Buddy Holly”, “Hash pipe” e “El Scorcho”. Todas soando como se fizessem parte da trilha de um jogo da “década perdida”. [...] Boa parte dos programas utilizados é distribuída gratuitamente pela web (ASSIS, *GI*, 31/07/2009).

Considerada uma das obras-primas do rock, o álbum ‘Dark Side of the Moon’, do Pink Floyd, marcou gerações. O canadense Brad Smith faz parte de uma delas e juntou sua admiração pelo grupo com a paixão que tem pelo universo dos videogames. O resultado foi o projeto chamado “Moon8”, no qual Smith, que é músico e programador de jogos, remixou o famoso álbum de rock para ficar no estilo das músicas de um game para o NES, o videogame de 8 bits da Nintendo. A obra completa com as músicas em versão 8 bit está disponível para download – dividido em várias partes – no site oficial do projeto CANADENSE..., *GI*, 30/03/2010).

O estilo *chiptune*, citado nas notícias, é também conhecido como *chipmusic* ou música em *8-bit*, é um gênero de música eletrônica sintetizada produzida por *chips* de som de antigos computadores e consoles de *videogame*.

Cabe esclarecer que, segundo Dantas (2011), os valores de uso de determinados bens (materiais ou imateriais) podem ser classificados em função de sua utilidade estética ou instrumental, que servem a finalidades distintas, como à estética (um diamante no colo de uma dama) ou técnica (o mesmo diamante nas mãos de um cortador de vidro). Essas duas finalidades atendem às necessidades materiais ou simbólicas, cujo significado se relaciona a partir da experiência afetiva com o aparato técnico. A necessidade simbólica parece característica de iniciativas como as vistas acima, enquanto traço da vida humana presente em

práticas culturais bastante frequentes no âmbito do lazer.

Contudo, muitas destas práticas não estão isentas do contágio com as finalidades materiais ou instrumentais, pois podem facilmente se transformarem, conforme a produção de um mercado consumidor, em objeto de investimento de agências de caça-talentos ávidas por transformar o exótico, o alternativo, o *underground*, enfim, a oportunidade em negócio:

Seu sucesso cresceu depois do lançamento de “O crime não presta”, música mais conhecida de Yuri. O clipe tem mais de 1 milhão de acessos no YouTube e a faixa está entre as mais pedidas no programa de rádio do DJ Marlboro, no Rio. As bases instrumentais, inspiradas no “funk romântico”, foram assinadas pelos produtores Luciano Coulti e Roberson Leandro, que já trabalhou com Buchecha. Sua letra fala de superação, da substituição do crime pela música: “Foi Deus, foi Deus / Foi Deus que esse dom nos concedeu”, canta Yuri. Soa pop, na medida para grudar no ouvido. Com o dinheiro do cachê, que chega a R\$ 4 mil por apresentação (ele também canta gratuitamente, em escolas e presídios), engordou a poupança, e o pai comprou um carro novo. Também tem ajudado nas despesas da mãe (MILLER; VINÍCIUS, *G1*, 10/06/2011).

Não podemos afirmar se a promoção do jovem artista Yuri sofreu ação da prática de *cool hunting* (caça-talentos), mas, dadas as características de sucesso na *internet* e na rádio, acompanhada da promoção de eventos (*shows*), produção profissional na gravação de faixas e temática de apelo social e afetivo, a possibilidade de prospecção não está descartada. Segundo Fontenelle (2004),

As chamadas “pesquisas de mercado de tendências culturais” – cujas origens remontam aos anos 1970, mas que ganharam um novo formato e um novo status a partir dos anos 1990 – se destacam como ferramentas essenciais para essas novas formas de estratégias comunicacionais. [...] as informações captadas por essas pesquisas de tendências têm forte influência no direcionamento e/ou redirecionamento estratégico das formas de comunicação mercadológica, no sentido de que tais pesquisas visam, sobretudo, captar as transformações nas mentalidades, nos estilos de vida, nas formas de manifestação do desejo do consumidor, partindo sempre da idéia do “ato de consumo” como o ato social por excelência da sociedade contemporânea, tomando, portanto, o próprio ato de consumo como uma forma de “comunicar” (FONTENELLE, 2004, p. 163).

Segundo a autora, o que as empresas de *cool hunting* buscam é transformar cultura em mercadoria. Segundo ela, em algum momento do desenvolvimento sociocultural, as tendências passaram a ser ditadas de baixo para cima¹⁴⁶ e elas estão ocorrendo em muitas

¹⁴⁶ Ao contrário do que afirmaram autores como Thorstein Veblen e George Simmel acerca do processo de “cópia” das classes menos favorecidas a partir do que era ditado pelas classes ricas (FONTENELLE, 2004).

diferentes áreas ao mesmo tempo (música, moda, esportes etc.). Nesse sentido, concluiu-se que as “corporações estão consistentemente atentas para construir uma ponte entre esse marginal – que resiste à cultura como *status quo*, que a questiona e que se torna, portanto, estabelecedor de tendências –, e o *mainstream*, consumidor das tendências” (MARISA, 2002 *apud* FONTENELLE, 2004, p. 171). Para isso, de acordo com Fontenelle (2004), as empresas produzem relatórios, tais como o *L Report (Lambesis)* e *Hot Sheet*, criado por Irma Zandl. No primeiro, representantes da empresa seguem, quatro vezes por ano, para seis cidades representativas da América (Nova York, Los Angeles, San Francisco, Austin-Dallas, Seattle e Chicago), onde obtêm informações que são analisadas e vendidas às agências de publicidade (e outras empresas) por vinte mil dólares ao ano. No segundo, um grupo de três mil jovens, entre 8 e 24 anos, representados em sua diversidade étnica, geográfica e de gênero, saem com uma máquina *Polaroid*¹⁴⁷ na mão e um questionário na outra, em busca do *cool*¹⁴⁸ (FONTENELLE, 2004).

Contudo, técnicas de *marketing* oculto¹⁴⁹ têm sido observadas neste cenário de relações comerciais, comprometendo princípios éticos. A autora cita, por exemplo, um conjunto de situações apresentadas em programa de TV no qual exibiu três quadros específicos de *marketing* oculto. Um deles, cita a pesquisadora, é sobre uma nova luva para jogadores de *videogame* que é utilizada em brincadeiras por dois agentes ocultos¹⁵⁰ em uma cafeteria *Starbucks*,¹⁵¹ de modo a chamar a atenção dos presentes para o *gadget*,¹⁵² o que, de fato, acontece.

Considerando este cenário no qual busca-se, incessantemente, as inovações e o *cool*, artistas do remix – que também foram notícia no *GI* – transformaram a pobreza e a violência em espetáculo, parodiando um entrevistado que se tornou celebridade do entretenimento

¹⁴⁷ *Polaroid* é uma câmera fotográfica que revela instantaneamente a imagem. A mais conhecida entre elas é da marca Polaroid (Polaroid Corporation), criada em 1948 por Edwin H. Land, tornando-se líder do mercado em 1986 após derrotar a concorrente Kodak em uma batalha de patentes. Cf. <https://pt.wikipedia.org/wiki/C%C3%A2mera_instant%C3%A2nea>.

¹⁴⁸ Segundo Fontenelle (2004), *cool* seria aquilo que pode gerar tendências de consumo.

¹⁴⁹ O *marketing* oculto é uma estratégia de divulgação utilizada por empresas para promoção de produtos e/ou serviços. Pesquisadores levantam a hipótese de essa estratégia caracterizar-se como abusiva ou antiética para o consumidor pelo fato de não deixar claro o intuito de venda, como a promoção de determinado comportamento em novelas televisivas ou determinadas condutas no contexto da vida cotidiana que nos levam a consumir algo.

¹⁵⁰ Agentes ocultos são pessoas pagas para simular, na vida cotidiana, a interação com algum produto ou serviço com intuito de promovê-lo.

¹⁵¹ *Starbucks* é uma empresa multinacional com a maior cadeia de cafeterias do mundo. Iniciou-se em 1971, em Seattle, EUA. A Starbucks contava, em dezembro de 2014, com 21.878 lojas em 66 países. Cf. <<http://www.starbucks.com.br/assets/5e71c94483a44a5db41abf79581fbf22.pdf>>.

¹⁵² *Gadget* significa, em português, dispositivo, aparelho. No mundo *tech*, os *gadgets* são dispositivos portáteis de variados segmentos, como *smartphones*, *MP3* ou *MP4 players*, *tablets* e diversos outros aparelhos relativamente pequenos que desempenham funções específicas. Cf. <<http://canaltech.com.br/tag/Gadgets/>>.

digital. De acordo com a notícia, o entrevistado passou a ter fãs no *Facebook*, recebeu convites para ensaios fotográficos e pequenos papéis em filmes, além da realização de outras entrevistas.

O que desencadeou o fato foi o relato de um crime (tentativa de estupro) descrito por um telejornal norte-americano (*Waff 48 News – NBC*) que acabou se tornando matéria-prima para os músicos Evan e Michael Gregory.¹⁵³ Com seu trabalho, os músicos transformaram as vozes do entrevistado Antoine Dodson (irmão da vítima) em música, que logo se tornou uma das mais baixadas pelo *iTunes*:

Uma entrevista de TV em que Antoine Dodson, irritado, fala sobre uma tentativa de estupro contra sua irmã mais nova na sua própria cama foi transformada em música e está entre as mais baixadas do iTunes. Um clipe remixado da música também se tornou hit do YouTube, transformando o estudante americano de 24 anos em uma sensação da internet. “Então você precisa esconder as suas crianças, esconder a sua mulher, esconder o seu marido, porque eles estupram qualquer um na rua”, diz o refrão da música. Dodson agora planeja usar o dinheiro arrecadado com a música¹⁵⁴ “*Bed Intruder Song*”, que é vendida a US\$ 1,29 para download, para tirar a sua família do projeto habitacional onde eles alegam que tenha ocorrido o ataque. Mesmo alguns sugerindo que Dodson e sua família estão sendo usados, ele diz que está determinado a conduzir o hit na internet, e não ser explorado. “Algumas vezes, as chances aparecem disfarçadas. Por isso, eu vou pegar essa oportunidade de ouro e aproveitá-la¹⁵⁵”. [...] “*Bed Intruder Song*” chegou a alcançar a 38ª posição na categoria Pop do iTunes, ultrapassando músicas de Usher, Lady Gaga, John Mayer e Katy Perry (ENTREVISTA..., *GI*, 1/09/2010).

A notícia sugere que, para o espetáculo, quaisquer polêmicas e/ou tragédias alimentam o entretenimento. Na notícia citada, nada foi dito quanto ao direito de justiça da família pela tentativa de estupro da irmã.

No século XXI, o entretenimento parece produzir e explorar cada vez mais sentimentos, pertencimentos, afetividades. Nesse sentido, Pelbart (2009) nos auxilia a pensar ao afirmar que o trabalho contemporâneo, pós-fordista, baseado em informação, na ciência, na comunicação, entendido como “trabalho imaterial”, já não produz só sapatos e geladeiras que nos servem aos lazeres, mas, principalmente, produz informação, conhecimento, imagens que funcionam em rede, derivam da cooperação intelectual, da criatividade coletiva. Para esse

¹⁵³ “Grupo norte-americano especializado na produção de vídeos virais que misturam música, conhecimento técnico e humor para atingir milhões”. Cf. <<http://www.thegregorybrothers.com/>>.

¹⁵⁴ De acordo com a notícia, “quando o vídeo começava a fazer sucesso na *internet*, os músicos Evan e Michael Gregory, digitalmente, transformaram as vozes da entrevista em música. Os irmãos ponderaram sobre o que fazer após a edição. Por isso, pediram a autorização de Dodson para disponibilizá-la no iTunes. Hoje, o rendimento do hit é dividido entre os músicos e Dodson” (ENTREVISTA..., *GI*, 1/09/2010).

¹⁵⁵ Fala de Antoine Dodson, irmão da vítima.

autor, cada vez mais e mais, nossas atividades em rede se configuram como fator de renda para as megacorporações do entretenimento, produto de uma multidão e seus conhecimentos, paixões e afetividades, enfim, sua vitalidade. E é justamente aí – nessa força-invenção disseminada por toda parte – que o capital encontra uma reserva inesgotável.

Ao examinar a economia afetiva de Gabriel Tarde, sociólogo-filósofo do final do século XIX, o autor busca entender como essa força afetiva opera e explica:

Para Tarde, tudo se passa por imitação e invenção, todos imitam e inventam, imitam e impõem variações aos que imitam, e a vida social inteira poderia ser reconstruída à luz dessas duas constantes. Daí segue-se que todos e qualquer um inventam, na densidade social da cidade, no trabalho, na conversa, nos costumes, no lazer – todos inventam, mas inventam o quê? Novos desejos e novas crenças, novas associações e novas formas de cooperação. A invenção não é prerrogativa dos grandes gênios, nem monopólio da indústria ou da ciência, ela é a potência do homem comum. Quando imito um gesto e submeto a uma pequena variação, por minúscula que seja, isso constitui uma invenção, à medida que ao ser imitado, tal gesto torna-se quantidade social, e pode ensejar outras invenções e novas imitações, novas associações e cooperações. [...] A essa potência de vida do coletivo alguns chamam de biopotência. É um misto de inteligência coletiva, afetação recíproca, produção de laço (PELBART, 2009, p. 112).

Essa produção de laço encontra terreno fértil na *internet* já que, segundo ele, a aspiração dos homens teria se voltado para a cooperação e a rede seria um lugar de concretização dessa direção histórica, visando uma potência constitutiva, um princípio cooperativo, uma relação social fundamental que se caracteriza por uma “simpatia”, controlando as “vontades” e servindo de instrumento à dominação manipuladora dos afetos explorada nas interações humanas, a nova potência da *web 2.0*.

Assim, produz-se uma nova subjetividade que, distinta daquela operada pela via da disciplina do chão de fábrica, incorpora a cooperação, a comunicação e o afeto como força de trabalho de um novo tipo, marcado predominantemente pela sua constituição imaterial (HARDT; NEGRI, 2001), que envolverá o trabalho cooperativo social que é explorado para a constituição/produção dos serviços privados.

A indústria do entretenimento está centrada na criação e manipulação do afeto. O que o trabalho afetivo produz são redes, formas comunitárias. Cada forma de trabalho imaterial envolve, de imediato, interação e cooperação sociais: “A produtividade, a riqueza e a criação de superávits sociais hoje em dia formam a forma de interatividade cooperativa mediante redes linguísticas, de comunicação e afetivas” (HARDT; NEGRI, 2001, p. 115).

Para Pelbart (2009), “Negri fala justamente da potência dessa reserva coletiva, da

construção do comum, e da alegria aí embutida” (PELBART, 2009, p. 115), pois tal como definido por Negri e Hardt (2005 *apud* COSTA, 2010), o trabalho imaterial envolve três dimensões essenciais: a cognição (conhecimento), a comunicação (informação) e o afeto (cuidado, cooperação, relações sociais). Dessa forma, o que dá sentido à rede é tanto a busca e oferta de informações, a construção e partilha de conhecimentos, quanto a troca afetiva. Daí a “inteligência coletiva” poder ser tanto resistência a essas novas formas de alienação do trabalho, quanto o motor do capitalismo cognitivo (COSTA, 2010).

Pelbart (2009) nos alerta sobre as formas mais contemporâneas de capitalização e investimento na alegria com fins mercadológicos inegáveis, pois, para ele, “impossível tematizar a alegria sem referir-se a esse pano de fundo, o da mercantilização da afetividade, da militarização do cotidiano e da psicopatia política” (PELBART, 2009, p. 115).

Nesse cenário de biocapitalismo (NEGRI, 2015) em que se exerce controle sobre a totalidade da vida, observa-se uma diminuição da função do Estado e seu papel de mediar relações e também as formas de exploração ante o avanço dos mercados financeiros que começam a investir com mais força nas regras do jogo.

Ainda sobre o papel do Estado, esse pouco se fez presente também no circuito do Tecnobrega, que é o que veremos no tópico seguinte.

4.2 A produção, circulação e consumo no circuito do tecnobrega

No Brasil, a cena do tecnobrega do Pará, por exemplo, é uma das mais *prafrentex*: baixar, copiar, não importa, a música precisa chegar ao ouvinte. [...] A verdade é que quanto menos próximos à cultura do CD e das gravadoras forem os artistas, mais possibilidades eles oferecerão na internet (SUZUKI, *GI*, 18/12/2006b).

Concebido na periferia de Belém, em meados dos anos 2000, o tecnobrega nasceu distante das grandes gravadoras e dos meios de comunicação de massa como jornais, emissoras de rádio e televisão. É considerado um estilo musical – mistura do brega com o eletrônico –, uma cena musical (DIAS, 2012) e um novo tipo de negócio no ramo da música (LEMONS; CASTRO, 2008) que se tornou famoso no país por subverter o modelo hegemônico de acesso, produção e circulação de música, baseado na intermediação da indústria fonográfica entre o artista e o público. Atores desta cena produzem seus próprios *CDs* – não dependendo de gravadora, como afirma a citação que abre a seção – e os distribuem a outros agentes e também em lugares onde são consumidos diretamente pelo público, seja nas bancas dos camelôs, nos *shows* ou festas de aparelhagem.

A apropriação das novas tecnologias parece ser a chave nesse ciclo produtivo. Estúdios caseiros, por exemplo, só foram possíveis graças ao acesso a equipamentos e computadores. “O barateamento dos custos de produção por meio de tecnologias e mídias, como *CDs* e *DVDs*, possibilitou a criação de uma rede de diversos agentes no cenário musical de Belém, gerando trabalho, renda e acesso à cultura no Pará” (LEMOS; CASTRO, 2008, p. 22). Nesse sentido, não se trata de estar distante da cultura do *CD*, como afirma a notícia citada no início desse tópico, mas de produzi-lo e vendê-lo à revelia das gravadoras.

Citando entrevistas realizadas com Johny Kleber – da banda Tecnoshow e Amazonas – e Beto Metralha – do estúdio Áudio e Vídeo Digital –, Chada (2013) descreve em detalhes a produção do tecnobrega que aponta para outras formas de produção, gravação, edição e difusão musical:

Inicia-se pela atitude de “escuta”, quase sempre causada por uma música já conhecida, às vezes “cantarolada” naturalmente. O passo seguinte é a procura ou identificação desse som, que pulsa na mente, na memória dos bancos de dados sonoros dos instrumentos e/ou em sites de programas de gravação de áudio da internet. São as “batidas” pré-fabricadas dos instrumentos e dos sites. Para concretizar a “criação” e o registro de um som musical, conectam-se instrumento musical eletrônico, mesa de som e computador, ou diretamente instrumento e computador. Os programas de computadores fornecem uma “pista” para produzir e gravar o som de cada instrumento e da voz. Depois da música editada, vem o tratamento de qualidade do material, realizado pelo masterizador, onde todos os parâmetros de volume e equalização (agudos, graves, etc.) são ajustados. A música finalizada é arquivada no computador, e a partir daqui são geradas as gravações e reproduções de *CDs* e pen drives, e/ou enviadas diretamente através de e-mails aos DJs, rádios, gravadoras e sites de música para divulgação e distribuição (CHADA, 2013, p. 5).

Importante dizer que, conforme anuncia a notícia da abertura desse tópico e a passagem acima, talvez esteja aí um dos motivos pelos quais o *download* de música se tornou, também, algo tão popular (escuta e produção musicais) neste período analisado, embora em situação tecnológica desfavorável em Belém, mesmo que a cena mostre o contrário.

Dias (2012) afirma que a instabilidade de *internet* na região induz à produção de *CDs* dos artistas da cena musical, pois a expansão do serviço de *internet* de qualidade não contempla toda a geografia da região norte do país. Oferecer possibilidade de divulgação musical tanto aos ouvintes/usuários quanto aos demais membros dessa cena parece fundamental para a produção e permanência do circuito. De acordo com a pesquisa do CETIC

(2005),¹⁵⁶ a proporção de domicílios com computador¹⁵⁷ na região metropolitana de Belém era de 11,63%.¹⁵⁸ Entre os dados que indicam a proporção de domicílios com acesso à *internet*, o Distrito Federal e a região metropolitana de São Paulo classificaram-se entre os primeiros, com 18,85% e 15,27%, respectivamente. A região metropolitana de Belém fica com 5,56%, perdendo apenas para a região metropolitana de Fortaleza, com 4,97%.

Por outro lado, a frequência de uso individual de computador na região metropolitana de Belém, contudo, figurou entre as seis regiões metropolitanas do país com maior frequência, 49,67%,¹⁵⁹ contrariando os dados anteriores.

Da mesma forma, verificou-se que o local de acesso individual à *internet* na região metropolitana de Belém era o primeiro no *ranking* no que se refere ao acesso em centros públicos de conexão paga, representando 41,29% dos acessos. Na pesquisa, esse tipo de conexão referiu-se à que é feita em cafeterias com *internet*, em *lanhouses* e similares.¹⁶⁰ O acesso à *internet* na escola também nos chamou atenção, pois a região metropolitana de Belém fica em 2º lugar (27,61%) entre as regiões do país com maior acesso à *internet* nesse local (as escolas), perdendo apenas para outras regiões metropolitanas do sul do país (29,46%).¹⁶¹

Os dados mostram a relevância de políticas públicas e privadas que permitem o acesso à tecnologia (computador) e serviço (banda larga) que, como parece, podem ter contribuído ou sido vetores para a transformação da vida econômica e cultural local.

Da mesma forma, relacionado à transformação da vida econômica e cultural em função da inserção das tecnologias na vida cotidiana, encontram-se os camelôs, que possuem um papel fundamental de divulgação para diversos artistas, com ou sem gravadoras:

O que eles querem é arrebatar público para os shows. A barraquinha de camelô acaba prestando um serviço de divulgação, oferecendo o material desses artistas a um público mais abrangente. Perder parte da arrecadação das vendas de CDs, nestes casos, pode ser um bom negócio: funciona como instrumento cultural ao

¹⁵⁶ Para consultar a pesquisa completa TIC Domicílios e Usuários 2005, acesse o link: <<http://cetic.br/tics/usuarios/2005/geral/>>.

¹⁵⁷ Percentual sobre o total de 8.540 domicílios entrevistados em pesquisa realizada em agosto/setembro de 2005. Cf. <<http://cetic.br/tics/usuarios/2005/geral/>>.

¹⁵⁸ A região com maior proporção de domicílios com computador foi o DF, com 31,72%, seguido da região metropolitana de São Paulo, com 27,30%. A região metropolitana com menor proporção de computador em domicílio foi a de Fortaleza com 8,45%. Cf. <<http://cetic.br/tics/usuarios/2005/geral/>>.

¹⁵⁹ As demais são: regiões metropolitanas do sul do país (53,17%), regiões metropolitanas do centro oeste (52,53%), DF (51,72%), região metropolitana de Salvador (49,87%).

¹⁶⁰ Os centros públicos de acesso gratuito (telecentros, bibliotecas, centros comunitários etc.) estiveram, estatisticamente, mesmo que em pequeno percentual, mais presentes na região metropolitana de Salvador, com 7,60%, e na região metropolitana de Curitiba, com 4,93%.

¹⁶¹ Para consultar os dados completos desta pesquisa, acesse: <<http://cetic.br/tics/usuarios/2005/geral/C6/>>.

permitir acesso e projeção. E alguns artistas não têm medo de dizer: querem mais é ser pirateados (MACHADO, *GI*, 2/01/2012).

Para os artistas que não possuem contratos com gravadoras, a divulgação do seu trabalho pela rede e a venda de *CDs* em mercados populares são a única forma de terem contato com o público que posteriormente marca presença em seus *shows*, evento com o qual os artistas podem contar com algum retorno financeiro. Contudo, no caso de Gaby Amarantos, citada na notícia, a artista possui contrato com a *Som Livre* desde 2012, ano de veiculação da notícia. Já Emicida, produziu a própria gravadora, desde 2008, intitulada *Laboratório Fantasma*, em que é o principal artista.

Em pesquisa realizada pela Fundação Getúlio Vargas (FGV) (2007) com o intuito de mapear o fenômeno cultural do tecnobrega como um mercado econômico em Belém do Pará,¹⁶² identificou-se 140 bandas, 700 aparelhagens¹⁶³ e 860 camelôs. Dados estatísticos da pesquisa revelam que a estimativa média mensal de *shows* realizados pelo mercado de bandas é de 1.697 (metade deles, em média, no interior do estado) e das aparelhagens é de 4.298 (predominantemente na capital e região metropolitana). A estimativa de faturamento mensal do mercado de bandas com a realização de *shows* é de 3,3 milhões de reais e a das festas de aparelhagem é de 3 milhões de reais. O faturamento médio mensal das bandas com a venda de *CDs* e *DVDs* nos *shows*, por banda, é de 7.467,46 reais e 6.890 reais, respectivamente. Em média, cada banda costuma vender 77 *CDs* e 53 *DVDs* por *show*. Os *CDs* e *DVDs* vendidos pelas bandas nos *shows*, em média, custam 7,46 reais os *CDS* e 10 reais os *DVDs*. Já nos camelôs, são vendidos por 3,54 reais os *CDs* e 4,17 reais os *DVDs*. Por mês, em média, o faturamento com a venda de *CD* e *DVD* de tecnobrega no camelô é de, respectivamente, 1.178,11 reais e 866,53 reais (FGV, 2007).

O *rapper* Emicida e os roqueiros da banda Cachorro Grande, apesar de não fazerem parte da cena do tecnobrega, também reforçam o grupo de artistas que se utilizam de formas alternativas de divulgação de seus trabalhos. Os artistas intitulam o *download* gratuito como instrumento cultural que permite acesso e projeção:

“Comecei pirateando a mim mesmo. É a maneira que encontrei de fazer a coisa da forma que julgo correta. Vendo minha discografia nos shows por cinco reais.

¹⁶² Etapa qualitativa com trabalho de campo (observação participante e entrevistas) entre 20 de agosto e 20 de setembro de 2006; etapa quantitativa (*survey*) realizada entre 8 e 28 de novembro de 2006.

¹⁶³ São equipamentos de som que realizam a animação das festas bregas no Pará, inclusive as de tecnobrega. Em geral, elas possuem uma cabine de controle e duas ou três torres de caixas de som com autofalantes, além de funcionários dedicados à montagem e a operação dos equipamentos (FGV, 2007).

Com o salário mínimo que temos,¹⁶⁴ cobrar 15 reais eu já acho que é dar bica na cabeça das pessoas” (MACHADO, *GI*, 2/01/2012).

Sem tanta poesia, os roqueiros do Cachorro Grande também resolveram oferecer o novo álbum, lançado no início de dezembro, na internet. Reconhecendo a força do mercado paralelo, eles estão mais preocupados em ter volume de público nos shows do que conquistar um disco de platina. [...] A gente ganha pra viver fazendo show. É isso que dá tesão. Queremos que escutem, cantem, não importa a forma como nosso produto é adquirido”, comenta Beto Bruno, vocalista do grupo. [...] Queremos ser pirateados, é sinal de que o povo gosta, compra e irá aos shows. É ferramenta de acesso” (MACHADO, *GI*, 2/01/2012).

A pesquisa da FGV (2007) destaca, por exemplo, que 51% das bandas de tecnobrega incentivam a venda de *CDs* pelos camelôs e que este é percebido como um importante meio de divulgar as músicas das bandas e atrair o público para os *shows*. Em Belém, existem apenas duas lojas vendendo *CDs* e *DVDs* de tecnobrega. Cerca de 59% dos cantores e bandas avaliam positivamente o trabalho dos camelôs para a carreira dos artistas. A origem dos *CDs* e *DVDs* vendidos pelos camelôs representa 80% dos pirateiros,¹⁶⁵ 16% de reprodução própria, 9% das aparelhagens, 5% das bandas e 17% de outras fontes. A pesquisa também apontou que 88% das bandas nunca tiveram contrato com gravadora, 7% já teve contrato com gravadora/selo e 5% têm contrato com gravadora/selo (FGV, 2007).

No que se refere à produção, a pesquisa aponta que o mercado do tecnobrega compõe-se das aparelhagens que são os equipamentos de som que realizam a animação das festas; os *DJs*, como os principais operadores de uma aparelhagem, são os que comandam as festas e apresentam as inovações ao público do tecnobrega, além de possuírem os estúdios caseiros que são a principal fonte de produção dos *CDs* e *DVDs*; são os artistas (compositores, cantores e bandas) que, em sua grande maioria, compõem e cantam as suas próprias músicas, ao contrário do que costuma acontecer em outros estilos musicais (FGV, 2007). Estúdios (locais que fazem a produção independente de *CDs*), pirateiros, camelôs (principais responsáveis pela venda dos *CDs* e *DVDs* que vêm dos pirateiros), festeiros¹⁶⁶ (pessoa ou grupo responsável pela organização e promoção das festas de aparelhagem), casas de festas

¹⁶⁴ Em janeiro de 2012, mesmo período em que foi dada essa declaração, o salário mínimo era de 622 reais. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2011-2014/2011/Decreto/D7655.htm>.

¹⁶⁵ Agente que reproduz em grande escala *CDs* e *DVDs* produzidos nos estúdios dos *DJs* e das bandas, sejam eles autorizados pelos artistas ou não.

¹⁶⁶ O festeiro, em geral, realiza os contatos com as casas de festas, contrata a aparelhagem e/ou banda, divulga a festa e administra a segurança, a bilheteria e o bar da festa. São os festeiros que financiam a compra de novos equipamentos para as aparelhagens (FGV, 2007).

(locais destinados à apresentação das aparelhagens durante a noite), balneários¹⁶⁷ e casas de *shows*, além de programas de rádio e TV,¹⁶⁸ também compõem essa cena cultural.

O mercado do tecnobrega caracteriza-se fortemente pela divulgação, seja ela pelas aparelhagens (indiretamente os festeiros) ou pelos pirateiros (indiretamente os estúdios). Os festeiros realizam as festas conforme normas da prefeitura, enquanto que os pirateiros atuam de forma independente das regras estabelecidas pelo Estado, observa a pesquisa (FGV, 2007), o que faz a cena transitar entre o legal e o ilegal.

A relevância no cenário cultural do país é tamanha que o tecnobrega já virou tema de documentário, intitulado *Brega S/A*,¹⁶⁹ e também de livro, com o título *Tecnobrega: o Pará reinventando negócio da música*, de Ronaldo Lemos e Oona Castro. Nesse cenário, o que começa com um simples interesse ou prática cultural pode se transformar em negócio, em que cultura e economia se misturam. Dias (2012) descreve que a cena musical se faz presente pelos processos de criação, distribuição e circulação, mas também pelas relações sociais, afetivas e econômicas decorrentes desses fenômenos, como percebemos na cidade paraense no seguinte trecho retirado da matéria “Estrelas de Belém”, publicada na versão eletrônica da revista *Rolling Stone*:

Mauro de Souza, conhecido na cena tecnobrega como DJ Mauro Classe A, percorre os estúdios da periferia recebendo pessoalmente dos músicos as suas últimas composições. O DJ também toca na aparelhagem Rubi Saudade, especializada em música das décadas de 1960 e 1970, exclusivamente em vinil. Como DJ, Mauro produz coletâneas de tecnobrega de artistas paraenses em seu estúdio caseiro. Com faixas selecionadas, o DJ monta um CD Master, ao qual adiciona efeitos sonoros e vinhetas de seu estúdio. Depois que fecha o disco procura os atravessadores. São eles que distribuem os discos de tecnobrega pelos camelôs da cidade (CUNHA, *Rolling Stone*, 16/01/2008).

Percebe-se que o circuito tecnobrega abriu possibilidades para a economia local, movimentando-a, gerando renda, produzindo trabalho formal e informal. Segundo Lemos e Castro (2008), estima-se que as aparelhagens empreguem diretamente 4.053 pessoas (montagem, operação dos equipamentos e *DJs*). Esse número não inclui seguranças das festas,

¹⁶⁷ Os balneários são clubes campestres de sindicatos, associações profissionais e clubes particulares, onde as aparelhagens fazem festas aos domingos entre às 10 horas da manhã e às 10 horas da noite.

¹⁶⁸ Existem alguns programas de rádio e televisão que são apresentados, em geral, por *DJs* de tecnobrega, ajudando na divulgação da música brega no Pará.

¹⁶⁹ *Brega S/A* (2008) é um documentário dirigido por Vladimir Cunha e Gustavo Godinho. E está disponível nesse link: <<http://youtu.be/7srAWUecsio>>.

bilheterias e serviços de bar. Esses serviços, em geral, são de responsabilidade do festeiro que organiza a festa. Sobre essa estrutura, declaram os autores:

Considerados apenas os trabalhos diretos relativos a aparelhagens, bandas e comércio informal, o circuito do tecnobrega gerava, em 2006, 6.552 postos de trabalho. Do total, 1.639 relacionados às bandas, 4.053, às aparelhagens e 860 no comércio informal. Vendedores de cerveja e de ingressos, seguranças, pessoal de limpeza e outros serviços não estão incluídos na conta (LEMOS; CASTRO, 2008, p. 160).

O valor médio da estrutura das aparelhagens é de 23.371,75 reais. Calcula-se, em média, que o valor de todas as aparelhagens seja em torno de 16 milhões de reais (FGV, 2007). Segundo Lemos e Castro (2008), empreendimentos paralelos ao mercado também aquecem a economia local, tais como lojas de roupas, como as marcas Absoluta (que comercializa calças, camisas, roupa íntima, bonés, canecas, toalhinhas, gorros e bermudas, tudo com os nomes das aparelhagens bordados) e Estátua que lançam e vendem produtos associados a esse mercado. De acordo com os autores, as atividades do circuito geram renda e trabalho para uma grande variedade de agentes locais – de artistas a ambulantes –, arrecadam impostos para a administração pública local e criam opções de lazer, cultura e entretenimento para a população, não só no centro da capital, mas também – e especialmente – nos bairros da periferia de Belém.

Dessa forma, esse conjunto produziu uma cena musical com identidade própria, como se vê a seguir:

De cada cinco músicas gravadas, pelo menos três trazem no título os nomes dos DJs ou das aparelhagens. “Pop Som”, “Tupinambá”, “Príncipe Negro” e “Rubi” são as mais citadas. Quem faz a média espera garantir a execução das músicas nas festas por conta da homenagem. Com o tempo, passou-se a falar também das turmas de bairro, das gangues de rua e até mesmo dos fãs. E aí surgiram músicas com títulos como “Galera da Moto”, “Galera do Rock” e “A Casa das Sete Mulheres”, e letras falando do camelô “Spock do Comércio” e de “Júnior da Picape”, famoso por carregar duas colunas de alto-falantes na traseira de sua caminhonete e animar a entrada das festas de aparelhagem com seu sistema de som ambulante. Funciona, a grosso modo, como uma espécie de afirmação contínua da identidade dos moradores da periferia de Belém resumida nos versos “Essa menina ela veio de baixo e não gosta de rock/O que ela gosta mesmo é de aparelhagem”, da famigerada “Chupa Paula” (CUNHA, *Rolling Stone*, 16/01/2008).

Na elaboração dessa identidade, a produção musical concebe uma estética que incorpora batidas eletrônicas à música romântica produzindo novos estilos, como o *cybertecnobrega* e o *melody*. Também há o resgate de composições antigas, as chamadas

flashbregas, e a criação dos bailes da saudade, além da incorporação de elementos do carimbó, merengue e outros estilos musicais que representam a forte valorização da cultura regional, conforme observa Lemos e Castro (2008).

Segundo Costa (2004 *apud* LEMOS; CASTRO, 2008), o tecnobrega corresponde a um estilo de consumo e de comportamento que envolve, além da música, também a dança, as festas, os artistas, as aparelhagens e todo um padrão social fortemente identificado com a realidade da periferia de Belém e das cidades do interior do Pará: “Este mercado não se restringe ao campo musical, mas abarca outros bens culturais, materiais e simbólicos” (LEMOS; CASTRO, 2008, p. 180).

Neste circuito, artistas passaram a ter estúdios em suas próprias casas, prescindindo da contratação de gravadoras. As festas de aparelhagens tornaram-se o principal produto do negócio, assumindo um papel central. A incorporação do comércio informal na rede de produção e a ausência de direitos autorais também mudaram radicalmente as relações comerciais e a atribuição de valor aos bens culturais. O cenário cultural de Belém passou por um intenso processo de desconcentração, com o aumento de atores que participam do processo de produção de discos. Além disso, tanto a origem dos artistas como a localização da maior parte das festas e *shows* do tecnobrega deslocaram o eixo da criação para as periferias de Belém, provocando uma profunda transformação nas posições dos agentes socioeconômicos.

Conforme afirma Lemos e Castro (2008), mercados como esse têm um grande potencial inclusivo por garantirem amplo acesso à produção, pois é justamente das periferias globais que estão emergindo os novos modelos de negócios, as respostas para as crises da indústria cultural tradicional, gerando de trabalho e renda. Ainda que estruturado em redes e atributos locais, o mercado do tecnobrega é uma importante referência para o mundo da produção de bens culturais. Contudo, devemos observar que a informalidade não garante direitos – trabalhistas – aos agentes da cena, fato que se relaciona com a precarização do trabalho e a emergência de uma economia dita *criativa*, o que carece de problematização.

4.2.1 As articulações, disputas e relações com o *mainstream*: os casos Gaby e Calypso

“A pirataria me ajudou a ganhar dinheiro. Fazia muitos shows, pois vendia os CDs em camelôs. Devo minha carreira à pirataria e internet. Seria injustiça e burrice impor ao meu público que pague mais de 25 reais para me ouvir” (MACHADO, *GI*, 2/01/2012).

Artista reconhecida pelo tecnobrega, Gaby Amarantos é a autora da afirmação acima. Entusiasta do mercado informal e dos pequenos preços que permitem o acesso do público, a artista também contou, ao longo da carreira, com um *CD* lançado por uma grande gravadora, pela *Som Livre*, em 2012, intitulado “Treme”, além de outras faixas *singles*.¹⁷⁰

Observamos que após o lançamento do álbum, entre prêmios e indicações, a artista acumulou, em 2012, indicação de revelação musical entre os melhores do ano;¹⁷¹ ganhou o prêmio de melhor *CD* de música popular pelo Prêmio Bravo! Prime de Cultura;¹⁷² premiada melhor artista do ano, artista feminino e melhor capa, no *MTV Video Music Brasil 2012* (VMB 2012);¹⁷³ indicada melhor artista revelação e melhor álbum regional pelo *Grammy Latino 2012*¹⁷⁴ e premiada melhor cantora pela Associação Paulista de Críticos de Arte.¹⁷⁵

A artista também teve algumas de suas músicas transformadas em trilha sonora de telenovelas da emissora *Rede Globo*, como em *Cheias de charme*, com a música “Ex Mai Love”; em *Salve Jorge*, com a música “Ela tá beba doida”; assim como em *Além do Horizonte*, com a música “Carimbó da Alegria”. Entre seus trabalhos, inclui-se a participação em programas de televisão e cinema, a maioria na Rede Globo.

Salientamos que, embora a artista Gaby Amarantos tenha iniciado a carreira pela pirataria do Tecnobrega de Belém, pareceu que foi a partir do contato com a indústria fonográfica, em especial, com a Som Livre, das Organizações Globo, que a mesma ganhou projeção nacional, pois no cenário do Tecnobrega, cena de inúmeros artistas, poucos conseguiram extrapolar os limites geográficos do estado do Pará, embora seus sucessos locais estivessem, provavelmente, facilmente acessíveis pela rede.

A divulgação propiciada pela pirataria pode ter contribuído para o sucesso regional que foi apropriado por gravadora e, por consequência, criou um efeito em cascata de

¹⁷⁰ Mesmo que o lançamento de *singles* não seja exclusivo dos anos 2000, as notícias anunciam essa tendência pelo mercado da música em formato digital, não sendo mais imprescindível a espera do lançamento de *CDs* físicos (que exigem em torno de 10 faixas musicais para sua produção) para divulgação dos trabalhos.

¹⁷¹ Melhores do ano de 2011, Troféu Domingão (do Faustão) em sua 16ª edição, realizada em março de 2012. Cf. <<http://globoplay.globo.com/v/1866387/>>.

¹⁷² 8ª Edição do Prêmio Bravo! Bradesco Prime de Cultura, realizado em São Paulo. Sobre o prêmio confira a matéria “Lázaro Ramos tira Dieckmann para dançar no palco do Prêmio Bravo”, em: <<http://diversao.terra.com.br/arte-e-cultura/lazaro-ramos-tira-dieckmann-para-dancar-no-palco-do-premio-bravo.fe48ad3345a1b310VgnCLD200000bbcceb0aRCRD.html>>.

¹⁷³ Cf. “Com três prêmios, Gaby Amarantos é a grande vencedora do VMB 2012”, em: <<http://musica.uol.com.br/noticias/redacao/2012/09/20/gaby-amarantos-e-a-grande-vencedora-do-vmb-2012.htm>>.

¹⁷⁴ Cf. “Indicada ao Grammy Latino, Gaby Amarantos comemora: ‘É muita lágrima de LED, Brasil’”, em: <<http://musica.uol.com.br/noticias/redacao/2012/09/25/indicada-ao-grammy-latino-gaby-amarantos-comemora-e-muita-lagrima-de-led-brasil.htm>>.

¹⁷⁵ Cf. “Gaby Amarantos, Silva, Tulipa Ruiz e Hermila Guedes vencem prêmio dos críticos de SP”, em: <<http://revistaogrito.ne10.uol.com.br/page/blog/2012/12/11/gaby-amarantos-silva-tulipa-ruiz-e-hermila-guedes-vencem-premio-dos-criticos-de-sp-veja-lista/>>.

exposição e participação em diferentes mídias com abrangência nacional. Dessa forma, a artista se consolidou no mercado nacional e, talvez, mais em função da intermediação da gravadora, do que apenas pela pirataria, considerando que existem outros vários artistas do tecnobrega que utilizam do mesmo mercado informal e não atingiram o mesmo patamar de sucesso e visibilidade que Gaby Amarantos, como já apontado.

Importante dizer que, quando foi criada, a *Som Livre* tinha como objetivo transformar as trilhas sonoras das telenovelas em produto de consumo específico e adicional, promovendo seus próprios produtos (*merchandising*) utilizando-se de artistas conhecidos ou não, nacionais e estrangeiros. O trabalho dessa companhia limita-se a escolher títulos já gravados – que se identificam com as personagens e narrativa – e a consequente negociação de *royalties* e direitos autorais com as gravadoras, terceirizando os serviços de fábrica e distribuição (BRITTOS; BOLAÑO, 2005). Entretanto, essa relação de identidade permanece subordinada a interesses mais amplos, como as leis de mercado e negociações com instâncias que têm produtos a oferecer para divulgação.¹⁷⁶

A emissora, porém, não se restringiu às trilhas sonoras de novelas e, segundo Brittos e Bolaño (2005), mantinham um *cast* de artistas como Elizeth Cardoso, Francis Hime, Quarteto em Cy e também produzindo álbuns de Alceu Valença (1976) e obras de Jorge Ben (1978, 1980, 1984, 1985 e 1986). De acordo com os autores, a emissora consolidou-se no mercado em ritmo acelerado, iniciando em 1971, tornando-se líder no mercado de discos mais vendidos já em 1977.¹⁷⁷ As artistas consagradas do tecnobrega do Pará, como Gaby Amarantos (desde 2012) e Banda Calypso (em 2010 e em 2013) também são capitaneadas pela emissora. Na década de 2000, com o surgimento de novos artistas e da banda Calypso, o brega pop também se popularizou pelo Brasil.

Tozi (2010) afirma um contrassenso nessa cena musical: a entrega de disco de ouro, platina e diamante¹⁷⁸ para uma banda que não possuía gravadora:

¹⁷⁶ De acordo com Brittos e Bolaño (2005), a gravadora que quiser promover um artista novo entra em contato com o departamento musical da emissora; se o artista já é sucesso, o interesse em fazer sua canção integrar uma trilha sonora diminui, uma vez que a compra do disco da novela pode indicar que o disco do artista não será comprado, o que não é vantajoso para a gravadora. Mas para a emissora é importante contar com um artista consagrado, trazendo distinção à novela. Desse impasse, surge uma troca: promove-se uma canção de um artista novo e a gravadora oferece outra, de um já famoso. Segundo os autores, essa fórmula foi posta em prática desde o primeiro *LP* gravado, sendo a primeira metade da novela a trilha sonora nacional e a segunda metade, a internacional.

¹⁷⁷ Um dado importante para a rápida ascensão foi a parceria da Som Livre firmada com a gravadora norte-americana RCA Records, em 1976, com o objetivo de distribuir músicas brasileiras no exterior, evidenciando seu crescimento. Cf. < <http://www.somlivre.com/quem-somos>>.

¹⁷⁸ A indústria fonográfica atribui certificações aos artistas pela venda de discos em todo o mundo. No Brasil, o órgão responsável pela titulação é a Associação Brasileira dos Produtores de Disco (ABPD), mediante solicitação das gravadoras associadas, que, desde 1990, realizam esse trabalho. Em função da venda de música

O exemplo da banda belenense *Calypso* mostra outra faceta dessa cena musical: a banda, mesmo sem gravadora, vendeu mais de cinco milhões de cópias de CDs sem nunca ter aparecido em um programa de TV com relevância nacional, utilizando-se de uma nova economia que independe de agentes anteriormente tidos como essenciais: as gravadoras. A produção e a distribuição dos CDs foi (sic) assumida pelo próprio grupo. Por outro lado, após ter se tornado nacionalmente conhecida, a banda passou a aparecer nos programas mais vistos das grandes emissoras, como o *Domingão do Faustão*, na *Rede Globo*, ocasião na qual ocorreu a entrega de discos de ouro, platina e diamante para uma banda que, ironicamente, não possui gravadora (TOZI, 2010, p. 23).

É possível ver em vídeo disponível no *Youtube*,¹⁷⁹ de 2010, quando o apresentador do programa da emissora Rede Globo premia a dupla com o disco de ouro pela venda de 50 mil cópias; disco de platina, pela venda de 125 mil cópias e pelo disco de diamante, pela venda de 500 mil cópias. O álbum premiado era intitulado Volume 6, lançado em 2004. Nesse período, a banda não tinha contrato com a gravadora *Som Livre*. Contudo, a premiação poderia ter sido feita como estratégia de *merchandising* quando da inclusão do grupo no rol dos artistas adotados pela gravadora, em 2010, ano de premiação no programa televisivo, considerando que a exposição da banda em programa tradicional exibido em cadeia nacional poderia render visibilidade que atrairia o interesse de novos consumidores.

No *site* oficial da banda *Calypso*,¹⁸⁰ encontramos outras informações da venda de mais de 14 milhões de *CDs* e mais de 3 milhões de *DVDs*, além da premiação da dupla com 10 discos de diamante, 13 discos de platina, 13 discos de platina duplo, 14 discos de ouro e duas indicações ao *Grammy Latino*. A banda iniciou suas atividades em 1999 e teve 21 *CDs* e 7 *DVDs* lançados. Entre a discografia, o *site* oficial revela o lançamento de dois álbuns pela *Som Livre*, os volumes 1 e 2 do álbum “Banda Calypso – 10 anos”, lançados no ano (2010) de entrega da premiação no programa da emissora de televisão *Rede Globo*.

Segundo Dias, o estilo paraense do tecnobrega “não é bem visto pela indústria fonográfica e pelas instituições que lidam com a música popular brasileira” (DIAS, 2012, p.

em formato digital, atualmente atribui-se também certificações, desde 2008, para vendas digitais (por *internet* e dispositivos móveis) e diminuiu-se o quantitativo de discos em cada categoria (Ouro, Platina, Diamante) para as premiações pelos *CDs* e *DVDs*, tanto nacionais quanto internacionais. A última atualização dos níveis de certificação foi realizada em 2010: Ouro (40 mil cópias vendidas); Platina (80 mil); Platina duplo (160 mil); Platina triplo (240 mil), Diamante (300 mil). Para os produtos digitais: Ouro (50 mil); Platina (100 mil); Diamante (500 mil). O quantitativo de venda no meio digital já é superior, na certificação, do que o produto físico (*CD* e *DVD*), indicando mudanças no consumo de música no país. Conferir este e outros dados em: <http://www.abpd.org.br/niveis_de_certificacao.asp>.

¹⁷⁹ Cf. <<https://youtu.be/oh4oc6qaB00>>.

¹⁸⁰ Ver informações no álbum “100% Banda Calypso”, disponível em: <<http://www.bandacalypso.com.br/discografia>>.

5). No entanto, temos observado um interesse pela indústria em constituir o chamado “novo *mainstream*”, nas palavras de Ruiz (2010), que consiste na apropriação capital, na forma de agenciamentos de talentos,¹⁸¹ produzindo o consumo de nicho. Sobre esse tipo de consumo, esclarece Lima:

Por consumo de nicho entendem-se os hábitos de escuta que se dão entre um grupo de ouvintes com interesses específicos em determinado gênero ou produção musical, constituindo-se num segmento relativamente estável, que possui traços identitários em comum e que partilha gostos e um repertório de informações sobre suas preferências (LIMA, 2013, p. 147).

A produção e circulação de música no meio digital potencializou o trânsito nas fronteiras entre o consumo de nicho e o de massa. Por consumo de massa, entende-se a constituição de públicos heterogêneos e numerosos – oriundos de diversas regiões geográficas, faixas etárias, classes sociais, níveis educacionais –, cujo contato com a música agencia memórias individuais, representações identitárias e sentimentos de pertença, segundo Lima (2013).

A comunicação de massa, característica das sociedades de massa, é usada para se referir a uma série de instituições ocupadas com a produção em larga escala e a difusão generalizada de formas simbólicas: livros, jornais, revistas, filmes, programas de rádio e TV, CDs etc., e é encarada como ideologia, mecanismo nos quais grupos ou classes são capazes de difundir ideias que promovam seus próprios interesses (OUTHWAITE; BOTTOMORE, 1996).

Nesse sentido, o tecnobrega também vem atravessando outra barreira: a social. O estilo continua tendo apelo popular, mas cada vez mais está presente em círculos de clubes sofisticados do circuito bregueiro e até mesmo da música eletrônica. Gaby Amarantos, quando vocalista da banda TecnoSHOW, fez sucesso entre o público GLBT (Gays, Lésbicas, Bissexuais e Transgêneros) do Pará e foi convidada para tocar em A Lôca, casa noturna de São Paulo conhecida por tocar música eletrônica e atrair o público gay (LE MOS; CASTRO, 2008).

Da mesma forma, Cunha (2008) afirma que Marlon Branco (morador de um bairro conhecido apenas como “O Conjunto”, uma invasão da cidade-dormitório de Santa Izabel que

¹⁸¹ A *Day 1 Entertainment*, por exemplo, é uma das iniciativas originadas pela fusão das maiores gravadoras do país, *Sony* e *BMG*, tendo seu catálogo de artistas reduzido de 52 para 35 componentes, entre 2004 a 2007. Os negócios deste tipo de empreendimento incluem a venda *on-line*, a divisão de bilheteria das apresentações e a gestão de carreira (patrocínios e parcerias, *merchandising* e agendamento de eventos) (COLETIVO PASSA PALAVRA, 2013).

fica a 40 minutos de Belém) é o autor da canção “Chupa Paula”, o maior *hit* tecnobrega de 2007, que fez sucesso nas festas da classe média e nos salões da alta sociedade do país.

Tratando das disparidades, observamos a seguir a relação entre gêneros musicais aparentemente distintos (o *indie rock* e o tecnobrega), mas relativamente associados, quando se trata da confluência do público consumidor e dos interesses correlatos, embora, talvez, representado com algum sarcasmo por parte da artista:

Mas Gaby conta ter gostado do que ouviu não apenas por reconhecer similaridades. Para ela, o Strokes não só fez tecnobrega como fez um tecnobrega que o credencia a “participar” das festas de Belém. “Achei a faixa fodona, bem arranjada. Gostei da modulação vocal, muito bacana, a proposta inteira. Até brinquei: 'Já pode tocar nas festas e aparelhagem de Belém!'”, diz. Os bailes de tecnobrega já podem tocar Strokes. Não só por parecer, mas porque está supermoderna, eletrônica e mantém a essência da banda. Também mais cedo no Twitter, Gaby Amarantos indicou que pode incluir uma música do Strokes em seus próximos shows. “Vou fazer um 'couve' de Strokes a pedido da galera. Que musica deles vcs sugerem? #TremeStrokes”, comentou. Adiante, escreveu que “Last nite”, primeiro sucesso do Strokes, lançado em 2001, está ganhando a “disputa” (MURARO, *GI*, 25/01/2013).

Para Chada (2013), o acesso a outras sonoridades possibilitou modificações nas composições e na sonoridade do brega, ampliando as facilidades de produção pelas tecnologias disponíveis que levaram o estilo a ficar cada vez mais pop e sintético.

Como vimos na citação anterior, a aproximação de nichos (cenas musicais) distintos contribui para a produção do consumo em massa, potencializando o intercâmbio dos artistas. No caso, pode favorecer a “importação” dos *Strokes* – banda alternativa de renome internacional – e a exportação do tecnobrega – estilo paraense que mistura o eletrônico com o brega.

Ainda que esse tipo de consumo massificado sofra a crítica democrática da cultura de massa (OUTHWAITE; BOTTOMORE, 1996), que afirma que a produção e distribuição de cultura se encontram nas mãos das elites capitalistas, mesmo entre aqueles artistas de nicho que conseguem reinventar esse mercado, caso do tecnobrega, eles não estão totalmente à margem das grandes gravadoras, nem do consumo de massa, nem da contestação ideológica ou econômica, pois, mesmo no nicho, reproduzem e valorizam regras hegemônicas, como a racionalização (vendas), segmentação (gêneros), quantificação e busca de recordes (premiações), características da era moderna e da institucionalização da arte (VIANA, 2007). Embora esse circuito possua uma racionalidade distinta da indústria fonográfica formal, trata-se de um mercado regido pela lógica econômica e comercial, sem elementos de contestação ideológica ou econômica. A indústria transforma os bens culturais em um comércio como

outro qualquer, priorizando a difusão e medindo o sucesso pelo volume de vendas (LEMOS; CASTRO, 2008).

Para Lima (2013), desde os anos 1950, o produto *underground*, ou seja, aquele característico de um segmento cultural mais restrito, constitui também parte de uma rede de fluxos entre produções independentes e a indústria fonográfica, mediante parcerias. Uma representação que parece servir de exemplo à afirmação anterior, de artista que transitou entre o *underground* e o *mainstream*, parece encontrar alguma similaridade com a trajetória da cantora de tecnobrega, Gaby Amarantos, citada na notícia abaixo:

Foi-se o tempo em que artistas deixavam fitas-cassetes na recepção das gravadoras e voltavam pra casa à espera de uma ligação. A cantora de tecnobrega Gaby Amarantos, mais conhecida como a Beyoncé do Pará, não bateu em portas de produtoras. Gastou a sola doando CDs em camelôs pelas ruas de Belém. O álbum era gravado dentro de casa, e ofertado pessoalmente nas barracões do centro da cidade. O mercado ilegal foi seu grande distribuidor. Além dele, Gaby peregrinava pelas Festas de Aparelhagem. Nelas, o artista se oferece para apresentar uma música de trabalho. Em troca da exposição, o DJ e organizador tem o direito de gravar e copiar a apresentação e comercializá-la durante o show. O serviço é praticamente delivery: subiu, cantou, gravou, copiou e vendeu (MACHADO, *GI*, 2/01/2102).

Como observado, embora a cantora Gaby Amarantos fosse uma artista de *nicho*, presente na cena cultural belenense, a artista logo viria a compor sob a chancela da *Som Livre*. Nesta arena, parece que as gravadoras, em busca de talentos, observam os sucessos de audiência. Conforme aponta Fontenelle (2004), as agências de *cool hunting*, por exemplo, têm buscado identificar e comercializar tendências culturais que passaram a ser ditadas de baixo para cima, ao contrário do que afirmam, por exemplo, autores como Thorstein Veblen e George Simmel, acerca do processo de *cópia* das classes menos favorecidas a partir do que era ditado pelas classes ricas, evidenciando uma inversão. Além disso, a citação anterior aponta para a reprodução de práticas típicas da indústria fonográfica, como o direito de comercializar a música do artista em troca de sua exposição na festa de aparelhagem, o que demonstra a presença de um novo tipo de intermediário na cena local/regional, o que torna a vida do artista, ainda assim, difícil, por continuar dependendo de outros atores sociais da cena para divulgar o seu trabalho. Sem contar a ausência de garantias e direitos trabalhistas que essa situação informal favorece.

Ainda sobre as relações com a indústria, identificamos que foi por meio da *AR Live* – “a maior empresa de administração artística do Brasil”¹⁸² – que Gaby Amarantos ganharia também notoriedade, evidenciando que membros de uma cultura de nicho não necessariamente apresentam resistências ao consumo de massa, considerando que a formalização do trabalho artístico junto às empresas e/ou gravadoras poderiam render alguma estabilidade e garantia de renda frente às incertezas da informalidade, que podem ser celebradas pelos artistas pelo fato de não terem outras opções, algo que devemos seriamente considerar.

Empresas como as internacionais *Live Nation*, *Day 1 Entertainment* e a brasileira *AR Live* fazem parte de um ramo de negócio identificado com o entretenimento, que “com frequência agregam atividades de gerenciamento de várias bandas (incluindo agenda, gravações, comercialização e venda de *shows*), casas de *shows*, assessoria de imprensa e toda a estrutura comercial que gira em torno do mercado de *shows*” (RUIZ, 2010, p. 66). Nesse tipo de negócio, há uma incorporação gradativa de artistas de manifestações de resistência (COLETIVO PASSA PALAVRA, 2013) identificadas com o *alternativo*, o *underground* e com o *nicho*.

Estes novos negócios caracterizados por um *open business* – expressão usada por Lemos e Castro (2008) – procura extrair lucro não apenas da venda de um produto, mas através de uma rede com vários itens de consumo na cadeia comercial. Por isso, a disponibilização gratuita de músicas na *web* deixa de ser perseguida e passa a ser incentivada, quando se observa o surgimento deste novo tipo de negócio em rede. Contudo, tensões entre o mercado formal e o informal nesta arena também ficaram aparentes na pesquisa desenvolvida em 2006 e publicada por Lemos e Castro (2008):

[...] nem tudo é preto no branco. Existe uma faixa cinza de ambiguidade no discurso dos artistas. Mesmo sendo considerada absolutamente parte do negócio, perguntar e falar sobre a pirataria gera, por vezes, um certo desconforto. Em diversas situações, identificou-se que, inicialmente, os entrevistados buscavam não sair dos limites do discurso politicamente correto, inspirado nas campanhas nacionais de combate à pirataria. A alteração do discurso é ainda mais relevante quando o artista se consagra e consegue mobilizar grande público, bem como produzir CDs em maior escala: ele passa a encarar a reprodução não autorizada como concorrente (LEMONS; CASTRO, 2008, p. 154).

¹⁸² Cf. <<http://www.arlive.com.br/>>.

Nesse contexto, tendo trabalhado com Gaby Amarantos e Beto Metralha, na banda Tecnoshow, DJ Maluquinho¹⁸³ afirma a sua opção nessa tensão:

“Eu não tenho a menor vontade de trabalhar com uma gravadora”, afirma. “Na verdade, acho que nem preciso. Para que ter um intermediário se posso gravar, pensar, divulgar e vender o meu disco? Aqui em Belém a gente conseguiu fazer a pirataria trabalhar a nosso favor. São os piratas que fazem o nosso disco chegar ao povão, que divulgam nosso trabalho e transformam uma determinada música em sucesso. Foi por causa da pirataria que o meu disco chegou ao Maranhão, ao Tocantins e ao Mato Grosso. Estou com turnês marcadas nesses três estados. Isso sem gravadora e sem jabá” (*apud* CUNHA, *Rolling Stone*, 16/01/2008).

Percebe-se uma valorização da economia e cultura locais, cujo reconhecimento é consequência do crescimento da cena enquanto cultura e negócio e, portanto, enquanto traços do desenvolvimento local. A pirataria parece crescer e ganhar espaço enquanto produção de uma cena musical, em lugares onde, provavelmente, há uma ausência de outras oportunidades, sejam elas públicas ou privadas.

Por outro lado, outros artistas da cena almejam uma reputação que não necessariamente abranja a questão identitária, cobiçando um sucesso típico de celebridades produzidas pela grande indústria, enquanto produtos que alcançam grandes proporções, inclusive midiáticas, conforme mostra Cunha (2008) com a fala de Marlon Branco:

Qual seria então o “sucesso” de Marlon Branco? “Sucesso pra mim é ser considerado”, responde ele. “Até o ano passado, eu não era ninguém. Fui cantor romântico e até dupla sertaneja eu tentei montar. Não deu em nada. Até que um dia, eu tava na janela e comecei a fazer a música da Paula [Chupa Paula] e virei o Marlon Branco, cantor de tecnobrega. Hoje, eu chego numa festa ou num bar e a galera me conhece, as gatinhas pedem autógrafos, o pessoal fica comentando 'olha, lá vai o Marlon Branco do “Chupa Paula”. Isso pra mim é sucesso. Ainda não fiquei rico, mas já ganho um dinheiro. Seria legal se eu aparecesse para todo o Brasil, se fosse ao Faustão. Mas, se isso não acontecer, eu vou aproveitando enquanto eu posso. Do jeito que der” (CUNHA, *Rolling Stone*, 16/01/2008).

Marlon Branco, de alguma maneira, idealiza a carreira das celebridades e as associa à riqueza e fama. O artista, em sua fala, não reconhece conflitos provenientes da relação artista-gravadora, nem menciona aspectos políticos da profissão, tais como valorização e reconhecimento por parte do poder público, por exemplo. Nesse sentido, apesar de sua importância para a cena local e de sua visibilidade nacional, o tecnobrega ainda carece do

¹⁸³ Marcos Nazareno, mais conhecido como o DJ Maluquinho, o *enfant terrible* do tecnobrega paraense (CUNHA, 2008).

compromisso e reconhecimento por parte do setor público. A FUMBEL (Fundação Cultural Municipal de Belém) e a SECON (Secretaria Municipal de Cultura) não incorporam em seus orçamentos mecanismos de inclusão dos artistas do tecnobrega na política pública municipal. Por outro lado, segundo Tozi (2010), a instituição policial é a única esfera pública que mantém responsabilidades para com essa manifestação cultural, embora a cena também gere arrecadação de impostos para o poder público local relacionado ao comércio e serviços de seu entorno.

Em 2003, foram registradas 614 aparelhagens no Registro das Aparelhagens Sonoras de Belém, sob responsabilidade da Polícia Civil, o que, para o autor, representa uma possível vinculação entre o tecnobrega, a periferia e a violência, o que nos faz pensar em uma criminalização da pobreza, assim como relata Pablo Souza (2013) em relação ao *funk* fluminense. Para o autor, a ausência crescente do Estado gera um cenário de informalidade que produz mecanismos de exclusão, dada a ausência de direitos e garantias de oportunidades que permitam aos sujeitos (trabalhadores e artistas) outras possibilidades de renda, que não o caminho do tráfico de drogas, por exemplo. A criminalização acaba se tornando fruto de estigmatização e preconceito em relação aos moradores das periferias e até mesmo da cena cultural. Quem deveria cuidar das questões da cultura no município seria a Secretaria de Cultura e não a de Segurança. Sem mencionar essas questões, o artista Marlon Branco apresenta entusiasmo em relação aos artistas de sucesso.

Esses fatos mostram que a cena do tecnobrega não é homogênea, apresenta interesses distintos por parte dos artistas, assim como apresenta uma mistura entre o formal e o informal em diversos aspectos, como o trabalhista, reconhecimento público, produção, circulação e divulgação da música, ou seja, em diversos pontos o circuito se aproxima e se afasta da instituição, seja ela pública ou privada, que lhe concede ora facilidades, ora dificuldades para permanência e continuidade. Observamos que essas análises só foram possíveis a partir da investigação em outras fontes, pois, pelo portal de notícias utilizado como fonte, *GI*, essas questões que consideramos importantes não apareceram, mas foram omitidas ou silenciadas.

Como afirmam Lemos e Castro (2008), o mercado do tecnobrega não se enquadra rigidamente em esquemas formais nem entre os exclusivamente informais, mas transita por ambos. O mercado formal acaba incorporando artistas que fazem mais sucesso na cena e, por isso, a possibilidade de acesso a outros espaços, além das fronteiras do estado do Pará, parece ainda depender fortemente da inserção no mercado formal, representando, de forma restrita, a diversidade cultural do país.

5 CAPÍTULO 4: ASPECTOS SOCIAIS DO DOWNLOAD DE MÚSICA NA INTERNET

Neste capítulo, fazemos a análise das notícias que apontam o fenômeno das redes de compartilhamento de música, assim como a posterior multiplicação dos serviços de música digital. No tópico 5.1, “Permanências e rupturas nas teias da reciprocidade”, apontamos um conjunto de práticas culturais (acesso) e sociais (interações) que fazem referência a um ciberespaço que, por sua vez, evidencia um caráter eminentemente social. Os usuários encontram na rede um ambiente propício para o desenvolvimento de novas formas de sociabilidade e de cooperação que, em outras mídias, seriam bastante restritas.

No tópico 5.2, “As novas formas de consumir música”, observamos o surgimento de uma infinidade de bens – como os *smartphones* – e serviços – como *Google Music* e *iTunes Match* – que permitiram novas formas de interação entre os diferentes dispositivos tecnológicos e entre as pessoas por meio de redes sociais exclusivas, sendo algumas delas sem custo (com restrições) e outras novas com um custo adicional (sem restrições), representando uma transição entre o totalmente gratuito (como estavam habituados os usuários considerados “piratas”) – mas “legal” – para o totalmente pago.

Nesse cenário, consumir música se constitui uma prática social em que a interatividade se consagra como novo fetiche musical, presente em todos os dispositivos eletrônicos e redes sociais exploradas, principalmente, por ambientes privados.

5.1 Permanências e rupturas nas teias da reciprocidade

Encontramos uma sequência de três notícias publicadas no *G1*, todas em um único dia em 2007 e assinadas pela jornalista Lígia Nogueira, em que se anuncia um guia de *download* com orientações sobre o que é, como e onde baixar músicas na *web*, incluindo aí, os caminhos legais e “ilegais”, ou seja, os chamados “piratas”:

Hoje, “*baixar*” é a palavra mágica que dá acesso quase ilimitado a todo tipo de som que a rede pode oferecer – basta ter um computador conectado à *internet*. O *G1* preparou um guia definitivo para tirar todas as suas dúvidas sobre o assunto. [...] Há diversos modos de fazer isso. Os mais comuns – mas que trazem também uma grande quantidade de arquivos piratas – são os chamados programas de compartilhamento do tipo P2P (entre dois computadores) e torrent (entre vários computadores ao mesmo tempo). Outras opções incluem blogs que oferecem MP3 para os seus leitores e as

lojas online, especializadas na venda de música pela internet (NOGUEIRA, *GI*, 16/02/2007a).

Nessas notícias de 2007, o portal de notícia instruiu os leitores/usuários sobre como praticar *download* ou como *baixar* arquivos da rede, mesmo alertando sobre a possibilidade de arquivos “piratas”, embora, em outros momentos do período analisado nesta pesquisa (2006-2013), este mesmo portal tenha, principalmente, favorecido, por meio da veiculação de várias outras notícias, discursos antipirataria advindos da indústria fonográfica, o que evidencia uma flagrante ambiguidade discursiva dessa mídia. Merece destaque o fato de que essa notícia é assinada pela jornalista Lígia Nogueira, que é também autora da entrevista com o jornalista e músico Fred Zero Quatro, já analisada e elogiada neste trabalho em função de trazer a opinião desse artista e apontar controvérsias sobre o contexto tecnológico do período histórico.

O trecho seguinte, também de uma dessas três notícias de Nogueira, permite inferir algum aprofundamento no tratamento dos temas, diferentemente do que acontece com as notícias sem autoria individual, isto é, não assinadas por jornalistas – e que são a maioria delas –, que se assemelham, por vezes, aos genéricos *releases* ou comunicados de imprensa, como já foi dito aqui. Segue o trecho:

Os blogs de MP3 – também conhecidos como audioblogs – oferecem uma opção mais rápida de download de faixas ou até de discos inteiros. Muitos são temáticos, o que facilita a busca por gêneros, inclusive de raridades, como álbuns fora de catálogo. Funciona assim: ao falar de um disco ou de uma canção nova, de um artista favorito ou algo assim, o blogueiro inclui em seu texto (post) um link para baixar um ou mais MP3 ligados ao assunto em questão (NOGUEIRA, *GI*, 16/02/2007b).

Dessa forma, ambos os trechos de notícias que citamos parecem reconhecer a prática de *baixar música* como um fenômeno social relevante, que merece instruções sobre os seus procedimentos tecnológicos a fim de incluir o maior número de pessoas no rol dessas novas formas de consumo de música, independentemente de seu rótulo legalista (legal ou ilegal). A citação de *audioblogs* e programas voltados para o compartilhamento de música denotam, por exemplo, a criação de redes em torno desse interesse cultural, que permite buscas por gêneros ou artistas musicais, facilitando o acesso à música para os usuários de computador.

Neste aspecto da criação de redes, dentre as plataformas para consumo de música, De Marchi (2011) aponta quatro categorias: 1. Programas de compartilhamento: consiste em formar uma rede ampla de usuários a partir do qual os proprietários dos mesmos podem gerar

ganhos a partir da venda de espaço publicitário (*Kazaa*); 2. Plataformas de formação de comunidades virtuais ou redes sociais: fornecem condições técnicas para que o usuário construa uma página virtual na qual reúna pessoas conhecidas para compartilhar informações (*Last.fm*); 3. Páginas que oferecem serviço de radiodifusão de música: oferecem versões gratuitas (limitadas) e pagas (ilimitadas) conforme o gosto musical do usuário (*Last.fm* e *Spotify*); 4. Plataformas em linha de venda de fonogramas digitais: cobram taxa mensal para assinantes ou por fonograma (*iTunes*).

A existência dessas plataformas (livres ou proprietárias) – citadas nas notícias e descritas por De Marchi (2011) –, em que se dá um conjunto de práticas culturais (acesso) e sociais (interações), faz referência a um ciberespaço que evidencia uma particularidade: seu caráter eminentemente social. *Blogs*, páginas da *web*, programas de computador, todos são socialmente apropriáveis pelas pessoas. Para Cruz, os interesses de usuários em “compartilhar bens culturais ou seu próprio conhecimento em programação encontram em parte da internet um ambiente propício para o desenvolvimento de novas formas de sociabilidade e de cooperação praticamente impossíveis em outros tipos de mídia” (CRUZ, 2008, p. 166).

Nesse sentido, Simmel (1971 *apud* SANTOS, 2005), conforme analisa Santos, trouxe colaborações acerca das formas sociais que podem ser pensadas também na *web*, por meio da análise dos usos sociais de plataformas ao definir o intercâmbio ou troca (*exchange*) como:

[...] a forma mais pura e concentrada de todas as formas de interação humana. [...] Esse intercâmbio significa que a soma dos valores é maior ao final do que antes de ter sido estabelecida uma relação interativa, o que implica que cada parte dá à outra mais do que cada uma possuía anteriormente (SIMMEL, 1971 *apud* SANTOS, 2005, p. 41).

Para Santos, “a interação ocorre quando se dá a adoção recíproca de papéis, ou seja, quando dois ou mais indivíduos fazem inferências sobre seus próprios papéis e assumem simbolicamente – não fisicamente – o papel do outro, utilizando esse processo enquanto orientação para suas ações” (SANTOS, 2005, p. 42). Fato similar que se observa na reciprocidade das trocas de arquivos (*upload* e *download*) mediadas por programas de computador.

Em relação às trocas de arquivo, Marcel Mauss (1974 *apud* CRUZ, 2010) fez uma análise da forma da economia da troca presente em diversas tribos da Polinésia, Melanésia e noroeste dos EUA, sociedades ditas “primitivas”. Segundo ele, essas sociedades tinham como sistema econômico trocas baseadas em presentes, de forma voluntária, mas que pressupunham a obrigatoriedade de retribuição. Dar, receber e retribuir eram as obrigações dentro desse

sistema de caráter aparentemente livre em tais prestações econômicas, mas que possuam um interesse relacionado ao *status*. Para Cruz, a retribuição é condição obrigatória para quem participa dessa “luta hierárquica, pois quando uma dádiva é recebida, há sempre a necessidade de se fazer uma contra-dádiva igual ou superior, sob o risco de perder posição na hierarquia social estabelecida” (CRUZ, 2010, p. 13). Segundo esse autor, essas trocas precedem e diferem da troca capitalista baseada na venda e nos regimes estatutários de propriedade.

A partir dessa ideia, Cruz vai além e aponta uma semelhança dessas práticas com a troca de arquivos digitalizados, em que as trocas são feitas não entre indivíduos, e sim entre coletividades: “Os membros de cada comunidade trabalham colaborativamente para a produção (de programas ou arquivos) do que será trocado, sempre em prol da coletividade” (CRUZ, 2010, p. 11).¹⁸⁴ A dádiva pressupõe, então, aliança e criação, assim como a produção colaborativa que contempla o vínculo social que motiva atitudes solidárias, espontâneas e desprovidas de interesses mercantis (LIMA *et al*, 2009) em busca da construção do *comum*. Esse *comum* envolve o conjunto daquilo que é partilhado (SANSON, 2009).

É importante saber que existem atualmente inúmeras iniciativas de produção colaborativa em todo o globo, fundadas em estruturas abertas como a do *software* livre¹⁸⁵, que denota uma nova forma de organização produtiva e funda organizações que se contrapõem aos conceitos capitalistas industriais baseados em propriedade. Estas formas de produção colaborativa criam novos “modos de organização social e econômica, com impacto profundo nas formas de produção e organização do conhecimento, da informação e dos bens culturais” (LIMA *et al*, 2009, p. 7).

Sobre *colaboração*, o *GI* cita, por exemplo, os programas P2P na notícia seguinte, embora não inclua elementos sociais mais amplos, conforme visto anteriormente, ficando restrito ao funcionamento técnico, que, em certa medida, envolve também o aspecto político:

A maneira mais difundida de baixar músicas na internet é a partir de programas P2P (peer-to-peer). [...] A busca de MP3 nesses programas é feita por meio de uma ferramenta de “search”. Digitando o nome do artista, música ou disco que você procura, o programa dá acesso a todos os arquivos disponíveis em computadores de outros usuários naquele momento. Na janela principal, é possível acompanhar o status do download, observando o tempo e a porcentagem de transferência dos arquivos. Certos programas de

¹⁸⁴ Outros autores, como Aguiar (2007); Barbrook (2009) e Murillo (2009) tecem as mesmas relações entre a economia da dádiva (ou dom) de Marcel Mauss com as trocas (de presentes) potencializadas pelo ciberespaço.

¹⁸⁵ “Por ‘software livre’ devemos entender aquele software que respeita a liberdade e senso de comunidade dos usuários. Grosso modo, isso significa que os usuários possuem a liberdade de executar, copiar, distribuir, estudar, mudar e melhorar o software. Assim sendo, ‘software livre’ é uma questão de liberdade, não de preço”. Cf. < <https://www.gnu.org/philosophy/free-sw-pt-br.html>>.

P2P permitem a inclusão dos seus usuários favoritos em uma lista de contatos que possibilita saber quando um internauta que tem arquivos relevantes – um amigo, por exemplo – está conectado à rede. Há também um serviço de chat, que possibilita a interação entre os usuários e a criação de canais de bate-papo (NOGUEIRA, *GI*, 16/02/2007c).

Nessa notícia, a interação entre usuários por meio dos programas também pareceu significativa para o período, pois, além da troca de arquivos, os programas permitiam a conversação em *chat* entre usuários, sem limites geográficos, introduzindo a ideia de comunidades de interesses – desde que haja uma língua em comum – sob outros princípios que não exclusivamente os territoriais.

Na esteira dessa notícia, reportamos a um dos programas P2P de relevância nesse mesmo período que foi o *eMule*, criado em 2002 e que permaneceu ativo até 2015, baseado em *software* livre. Esse programa trouxe como inovação a criação de um método que reduziu em suas redes os *free riders*, usuários oportunistas que capturam arquivos, mas que impediam que outros usuários compartilhassem do seu acervo *on-line*. Essa inovação consistiu na criação de um sistema de créditos e filas: “quem mais disponibiliza arquivos tem prioridade na fila de espera para o *download* de arquivos” (MALINI; ANTOUN, 2013, p. 104). Dessa forma, o *eMule* encontrou alguma similaridade com a instituição de um sistema de *status* (prestígio) baseado nas regras de dar, receber e retribuir e instituiu um regime de hierarquia para aqueles que disponibilizam mais, aproximando-se da economia do dom ou dádiva, como proposta por Marcel Mauss, na análise de Cruz (2010).

De acordo com Malini e Antoun (2013), essa regra instituiu e reforçou o princípio da cultura livre – e, é importante ressaltar, livre da apropriação privada –, dadas as características de compartilhamento e participação:

A participação só faz sentido se o sujeito colaborar com o sistema. Quanto maior for sua participação – na forma de doação de *bytes* –, maior reputação obterá e, logo, mais prioridade o sistema lhe concederá. O contrário também é verdadeiro. Se não compartilha informação, o usuário vai para o final da fila, e quase sempre a sua vez de baixar os dados demora horas a fio (MALINI; ANTOUN, 2013, p. 105).

Para Cruz, essas práticas acontecem não em razão de um altruísmo ingênuo, “mas em grande parte devido a um tipo de arquitetura e forma de organização e distribuição da informação que tornavam as práticas de compartilhamento e colaboração mais atraentes e vantajosas dentro da Rede” (CRUZ, 2008, p. 160).

Nesse sentido, “a existência dessa livre criação comum, fora do mercado, permite que a sociedade vá além da criação e difusão de conhecimento: passa-se a discutir questões de democracia e de liberdade” (LIMA *et al*, 2009, p. 10). Contudo, essas questões permanecem restritas a determinados grupos e espaços na *web*, pois não é dada a visibilidade necessária a ponto de iniciar um debate nas mídias, conforme foi observado a partir das notícias analisadas. Conforme vimos, os aspectos técnicos (como usar) e utilitários (para que serve) se sobressaem junto ao público leigo e usuários iniciantes quando o assunto é programa de computador. Pouco se sabe ou se discute em relação a uma comunidade de especialistas, técnicos, ciberativistas, tradutores, usuários avançados que se dedicam, gratuitamente, na criação e manutenção desses sistemas, inclusive, com fóruns de discussão bastante ativos em diversas línguas, abrindo espaço para novos colaboradores – quando em condições de contribuir.

Relacionado às possibilidades de exercício de democracia (ofertar condições de acesso para todos) e liberdade (de escolha por quais trocas), ressaltamos a afirmação de Cruz de que “só há economia da dádiva quando há abundância de bens. Não há troca de dons na escassez. [...] Quem copia multiplica, e quanto mais copiado for, mais abundante será o produto” (CRUZ, 2010, p. 12). Do contrário, na escassez, pobreza e exclusão reduplicam-se, pois, segundo Lima:

[...] uma pessoa pobre tem baixas condições de realizar trocas econômicas, de modo que estabelece poucas ligações de reciprocidade. Isso, em si, mantém-na pobre e com baixo acesso a redes sociais. E a exclusão dessas redes sociais implica menores chances de ascensão (LIMA, 2010, p. 23).

Nessa mesma linha de pensamento, segundo Gorz (2005), a economia da abundância tende por si só a uma economia da gratuidade; tende a formas de produção, de cooperação, de trocas e de consumo fundadas na reciprocidade e na partilha. A apropriação dos meios de acesso ao conhecimento, nesse sentido, serve para conservar o controle do capital sobre esse último, para impedi-lo de se tornar um bem coletivo abundante. Nesse contexto, as megacorporações do entretenimento transformam a abundância “ameaçadora” (GORZ, 2005) em uma nova forma de escassez – artificial, já que os bens comuns podem ser confiscados pelo viés das barreiras artificiais (meios jurídicos, por exemplo) que reservam o usufruto deles aos que puderem pagar pelo direito de acesso. Este controle do acesso – que podemos definir como propriedade – é uma forma privilegiada de capitalização das riquezas imateriais (GORZ, 2005). Rifkin colabora para esse debate:

A primeira característica da propriedade moderna, diz MacPherson,¹⁸⁶ é o direito de excluir os outros. [...] Antes, na história, a propriedade era definida também como o direito de não ser excluído do uso ou benefício de algo. Com essa finalidade, a sociedade deixa de lado uma segunda categoria de propriedade – a propriedade pública – que inclui coisas como parques, ruas da cidade, terras comuns e hidrovias. Toda pessoa tem o direito legal de não ser excluída do uso ou benefício dessas formas de propriedade pública. Ambas as formas de propriedade, privada e pública, formam o amplo espectro dos direitos de propriedades individuais de todo ser humano na sociedade: a primeira garante a cada pessoa o direito de excluir os outros do uso ou do benefício de algo, e a segunda garante a cada pessoa o direito de não ser excluída do uso ou benefício de algo (RIFKIN, 2001, p. 194).

Nesse cenário onde a produção imaterial tornou-se a moeda da vez, o acesso aos bens digitais, que estão se tornando cada vez mais propriedade privada, pode representar as novas formas de inclusão e exclusão social em tempos de sociedade do conhecimento e da informação ou de capitalismo cognitivo. Talvez venha daí o levantamento de questões como democracia e liberdade, garantindo-os também no ciberespaço, afinal, acesso (quem pode) e troca (para quais ganhos) de conhecimento e informação transformaram-se em um jogo de interesses com exercício desigual de poder entre corporações, artistas e usuários, em se tratando de música. Isso parece bastante claro, até aqui, em quantidade e qualidade de notícias, por exemplo, publicadas conforme os diferentes interesses em jogo: da indústria, dos artistas, dos governos e dos usuários. Percebe-se que o discurso dos governos sofreu a influência do *lobby*¹⁸⁷ da indústria fonográfica, trazendo à tona os interesses – de coibir certas trocas – de determinado grupo em detrimento dos interesses – de potencializar certas trocas – de outros, como os de artistas independentes e usuários de *internet*. Houve um grande esforço da mídia, como aponta a maior parte das notícias aqui analisadas, em divulgar ações antipirataria, assim como divulgar novos bens e serviços tecnológicos, e um esforço bem menor em difundir questões sociopolíticas e culturais mais amplas, como o direito à cultura

¹⁸⁶ “O pensamento mais avançado sobre a questão da posse versus o acesso é encontrado nos trabalhos coletivos do professor Crawford MacPherson, da Universidade de Toronto. [...] Seus insights foram os mais prescientes, dado o fato de que eles ocorreram em meados da década de 1970, nos primórdios da revolução tecnológica, cujo peso e impacto só agora estão sendo sentidos em todo o mundo” (RIFKIN, 2001, p. 194).

¹⁸⁷ Machado (2010) afirma que “entre 1998 e 2008, segundo os dados do Center of Responsive Politics, de Washington, o lobby do setor de Comunicações/Eletrônicos/Telefonia, gastou US\$ 2.616.530.302 em lobby no congresso. Desse total, US\$ 563,7 milhões veio da indústria do entretenimento (Música, TV e filmes)” (CRP, 2008 *apud* MACHADO, 2010, p. 14). Em outro exemplo, o autor afirma que “a ‘propriedade intelectual’ passou a ser utilizada por grandes empresas para banir judicialmente tecnologias nascentes que ameaçam seus negócios. Esse foi o caso dos processos do lobby das gigantes da indústria fonográfica norte-americana RIAA (Recording Industry Association of America) contra o uso dos softwares de compartilhamento Glokster e Napster. [...] Em função dos casos Glokster e Napster, o lobby da RIAA deu uma contribuição generosa de US\$ 15,5 milhões a políticos para dobrar a resistência do Congresso sobre o controle da Internet” (BAILEY, 2000 *apud* MACHADO, 2010, p. 15).

no âmbito digital, que incluem a liberdade de expressão e privacidade, entre outros, o que já foi demonstrado por este trabalho em diferentes momentos.

Sobre as (desiguais) relações de poder, observamos a notícia veiculada sobre os usos da rede e os diversos interesses que culminam em renovadas tentativas de controle digital, como fez uma escola indiana:

Os alunos tinham acesso ilimitado à internet em seus quartos nos alojamentos, para ajudá-los em seus estudos, mas muitos usam a rede para navegar, conversar, baixar filmes e música, além de manter blogs e jogar. A partir desta segunda-feira (12), o acesso à web será proibido entre as 23h e as 0h30, nos 13 dormitórios que servem de alojamento ao IIT de Bombaim, para encorajar os estudantes a dormirem cedo e tentar forçá-los a sair de suas “conchas”, disse Gopalan (ESCOLA..., *G1*, 12/03/2007).

Navegar, conversar, baixar e jogar tornaram-se práticas que produzem novas comunidades não mais baseadas em dimensões territoriais, mas em interesses culturais que, por vezes, fogem do prescrito, sendo frequentemente alvo de perseguições das instituições que ainda não as incorporaram em suas práticas cotidianas. A troca de música, por exemplo, como uma prática frequente da juventude, mas não exclusiva dela, dá vida à *web* – enquanto rede de compartilhamento – e é citada pelas notícias a seguir:

Mais de 1 bilhão de músicas são trocadas por mês em redes de compartilhamento de arquivos, segundo a consultoria Big Champagne (VEJA..., *G1*, 7/02/2007).

O levantamento, batizado de Index de Música Digital, analisou a localização e o volume de downloads de músicas por Torrent - o método mais comum usado para baixar arquivos digitais - durante os seis primeiros meses de 2012. Os Estados Unidos encabeçam a lista de pirataria de música online, com mais de 96 milhões de downloads. A Grã-Bretanha aparece em segundo lugar com cerca de 43 milhões e o Brasil, em quinto, com mais de 19 milhões de downloads, atrás da Itália e do Canadá. (BRASIL..., *G1*, 18/09/2012).

Os dados apontados produzem um interesse em torno do monitoramento dessa prática – como faz a consultoria *Big Champagne*,¹⁸⁸ citada na notícia – a fim de acompanhar a popularidade da música e como ela é distribuída, fornecendo pesquisas – recomendações de *marketing* – para distintos ramos de negócios. Dados fornecidos por essa empresa de

¹⁸⁸ Importante destacar que, em 2011, essa empresa de consultoria foi adquirida pela *Live Nation*, megacorporação do entretenimento norte-americano, tamanha importância das pesquisas empreendidas pela *Big Champagne* para o setor. O *site* da empresa pode ser acessado através deste link: <<http://www.bigchampagne.com/>>.

consultoria são usados por grandes empresas de música para tomar decisões sobre assinatura de contrato com artistas, promoção de músicas *on-line* e de estações de rádio, por exemplo.

A notícia anterior também indica que os EUA realizavam, em 2012, o maior volume de *downloads* de música por *torrent*, segundo dados da pesquisa realizada pelo serviço de monitoramento musical *MusicMetric*. Contudo, as estatísticas pareceram não seguir uma linearidade, tendo altos e baixos no que se refere ao volume de *downloads*, desde o surgimento, em 2003, da política antipirataria inaugurada pela RIAA – *Recording Industry of America Association* – nos EUA (CRUZ, 2008).

Em 2004, ano seguinte às ações da RIAA, segundo Cruz, de acordo com a pesquisa realizada pelas agências *Pew Internet Project*, *American Life Project* e *comScore Media Metrix* (CRUZ, 2008), indicou-se que houve uma grande queda no número de usuários de *internet* que praticavam o *download* ou o compartilhamento de arquivos: 14% (cerca de 18 milhões de usuários), entre novembro e dezembro de 2004, contra 29% (cerca de 35 milhões) entre abril e maio do mesmo ano. Foi a porcentagem mais baixa em quase quatro anos de pesquisa, segundo Cruz. Os motivos apontados pela pesquisa para a grande queda no percentual foi “a estratégia adotada pela *Recording Industry of America Association* (RIAA) para combater a pirataria digital de arquivos musicais, principalmente em redes P2P, durante o ano de 2003” (CRUZ, 2008, p. 170).

Em 2006, de acordo com outra pesquisa, da *Entertainment Media Research* (CRUZ, 2008), a parcela de usuários que responderam que diminuíram a quantidade de *downloads* por esse motivo – preocupação em serem processados por infringirem os direitos autorais – foi de 42% (2006) e, em 2007, 33%, o que demonstra uma queda no número de internautas que diminuíram seus *downloads* motivados pela política antipirataria.

Segundo Cruz, a pesquisa procurou ainda saber os motivos que levaram os internautas a infringirem as leis de direito autoral na *internet*, ao invés de comprá-las em *sites* de venda de música digital. Cerca de “79% alegaram a gratuidade como principal motivo, e 42% alegaram que eles conseguiam encontrar tudo o que procuravam” (CRUZ, 2008, p. 168). Outro dado apontado pela mesma pesquisa revela que 70% dos entrevistados que praticaram o compartilhamento de arquivos gratuitos e ilegais o fizeram porque não encontraram a variedade de arquivos em *sites* de *downloads pagos*; 68% concordaram que conseguiam tudo o que procuravam muito mais rápido em compartilhadores de arquivos comparados aos *sites* legais. Sobre a possibilidade de serem processados por infringirem os direitos autorais, 70% dos entrevistados afirmam que poderiam parar de compartilhar arquivos se recebessem alguma notificação do provedor de serviços, 66% disseram que parariam completamente com

o compartilhamento se aumentassem as chances de eles serem pegos e 62% alegaram que ficam preocupados com os relatos nos noticiários sobre usuários que são processados por compartilhar arquivos restritos. Esses dados sinalizam a relevância das notícias (discursos antipirataria) como possível fator de influência no comportamento dos usuários, considerando que o medo que sentem, apesar de continuar baixando as músicas, pode ser em decorrência das campanhas antipirataria que emergiram dos noticiários.

Por outro lado, segundo a mesma pesquisa, 68% dos internautas disseram acreditar que o fato deles serem pegos por compartilhar arquivos é muito improvável. Com essa pesquisa, a *Entertainment Media Research*, de acordo com Cruz, concluiu que duas medidas seriam eficientes para combater o compartilhamento de arquivos: “a primeira é uma melhoria nos sistemas de vendas de arquivos legais e a segunda é a intensificação dos processos legais e as notificações aos provedores de serviço de Internet contra os usuários das redes de compartilhamento” (CRUZ, 2008, p. 169).

Fica claro que a disponibilidade de arquivos *on-line*, a gratuidade deles e a diversidade da oferta foram os maiores obstáculos para as empresas de venda de música digital, que precisaram aperfeiçoar os seus sistemas, ao mesmo tempo em que a indústria fonográfica e órgãos de defesa dos direitos autorais intensificavam as políticas antipirataria de perseguição aos usuários via provedores de internet,¹⁸⁹ por exemplo.

O programa de computador que inaugurou todo este fenômeno em torno do *download* e todos os demais fatos correlacionados foi o *Napster*, que também foi notícia no *GI*:

Era uma vez o Napster. Lançado em junho de 1999 por dois estudantes de computação como uma ferramenta para facilitar a busca de arquivos em formato MP3, o serviço on-line de compartilhamento de dados se tornou a principal sensação da internet naquele ano. Agitou os fãs de música, gravou de vez a palavra “download” (baixar) no vocabulário mundial e, ao mesmo tempo, acendeu o sinal de alerta de gravadoras e artistas que, de repente, viram seus fonogramas sendo trocados de um canto a outro do planeta, à velocidade de um clique e, pior, sem que os internautas pagassem nada por isso. [...] mas o fantasma do download livre, ilegal e gratuito continua a tirar o sono de uns e a encher os iPods e computadores de outros (STAMBOROSKI; ASSIS; NOGUEIRA, *GI*, 28/09/2009).

O programa *Napster*, pelas suas características e potencialidades em rede, algo então inédito na recente *World Wide Web*, pareceu bastante inovador à época (1999), aparentemente exposto como um modismo tecnológico de virada de século, ainda parece permanecer na

¹⁸⁹ Ver primeiro capítulo deste trabalho sobre os “Aspectos políticos do download de música na internet”.

prática (já que inspirou outros programas similares e aperfeiçoados) do “fantasma do download livre, ilegal e gratuito”, em que diferentes interesses se cruzam.

O Napster Inc. foi criado como uma empresa eletrônica que geria um programa de compartilhamento de arquivos entre pares (*peer to peer file sharing system*). Foi fundada em junho de 1999 por um graduando da *Northeastern University* de Boston, Estados Unidos, Shawn Fanning, e um investidor associado, Sean Parker. A empresa mantinha em seu servidor central os arquivos em formato *MP3*, mediando o acesso entre os usuários do programa e os fonogramas. Quando encontrado o arquivo desejado, os usuários podiam baixá-lo para seus computadores pessoais. De acordo com De Marchi:

[...] o programa distribuía 46,6 milhões de canções por mês, uma média de 1,56 milhões de arquivos por dia. Em seu momento áureo, a empresa deteve vinte e cinco milhões de usuários e oitenta milhões de arquivos. Toda esta atividade era realizada, porém, sem o conhecimento e o consentimento dos detentores dos direitos de autor sobre os fonogramas e as composições (DE MARCHI, 2011, p. 122).

Esse fenômeno na *web* foi citado pelo *GI* e um conflito de interesse pareceu evidente: “o fantasma do download livre, ilegal e gratuito continua a tirar o sono de uns”, no caso, da indústria fonográfica, “e a encher os *iPods* e computadores de outros”, aqui compreendido como a *Apple*, proprietária do dispositivo *iPod*, reproduzidor de música em *MP3* surgido em 2001, além dos usuários consumidores de música, proprietários desses dispositivos. Poucas vezes esse paradoxo ficou evidente nas notícias, pois ele aponta diretamente para conflitos de interesse entre empresas dados pela inovação tecnológica na música para um novo tipo de negócio que parte de um determinado suporte físico (*CD*) e alcança um formato digital (*MP3*).

Segundo Williams (2011a), em relação à inovação tecnológica, há comumente uma grande pressão das corporações e seus aliados no governo para iniciar uma nova fase mercadológica, pois trata-se de iniciar uma nova e ampla demanda doméstica por consumo. Nessa empreitada, a finalidade maior é a de usar a tecnologia para ultrapassar limites nacionais culturais e comerciais existentes. As determinações, nesse conjunto, são evidentemente econômicas e políticas. Para o autor, a situação real não é de um determinismo tecnológico, pois a ideia de uma nova tecnologia como inevitável ou irrefreável é o produto explícito, ou não, de um *marketing* de fortes interesses. Dadas essas circunstâncias, é compreensível que o *download* gratuito seja perseguido (quando “ilegal”) ou incentivado

(quando “legal”) desde que, ao fim, interesses corporativos – como o da exploração da propriedade intelectual – sejam mantidos.

Neste cenário, lembra Malini e Antoun (2013) que a *BMG*, unidade do grupo alemão *Bertelsmann*,¹⁹⁰ fechou um acordo com o *Napster* em 2000, embora o tenha processado por infringir as leis de direitos autorais: “Pelo acerto, a *BMG* financiaria a criação de um serviço de assinaturas que ofereceria *downloads* de música grátis via Internet, mas garantiria o pagamento de direitos autorais” (MALINI; ANTOUN, 2013, p. 93). Com essa passagem, a empresa se apresenta flexível frente às inovações (*Napster*) e justifica o serviço de assinatura – pago – pelo pagamento de direitos autorais. A empresa cederia o seu amplo catálogo de música – e em alta qualidade – ao *Napster* e retiraria o processo judicial em troca da ativação do serviço de assinatura.¹⁹¹

A bandeira dos direitos autorais erguida pela indústria fonográfica, conforme visto no primeiro capítulo, “Aspectos Políticos do download de música pela internet”, é frequentemente utilizada para justificar custos cobrados pelos serviços, quando, por outro lado, alguns artistas demonstram insatisfação nessa intermediação,¹⁹² seja pela ausência de pagamento de música digital nos contratos (antigos) ou pelo irrisório percentual dentro do todo pago pelo usuário que é repassado ao artista.

A indústria fonográfica da era moderna parece, então, inaugurar relações de simbiose com o novo formato de música, mas manter, simultaneamente, a política antipirataria, como veremos a seguir:

¹⁹⁰ Desde 2008, parte da *Bertelsmann* foi vendida à *Sony*, transformando-a em *Sony Music Entertainment*. Cf. <<http://www.sony.net/SonyInfo/News/Press/200808/08-0805E/>>.

¹⁹¹ Cf. “*BMG* e *Napster* fecham acordo para serviço de música por assinatura”, disponível em: <<http://musica.uol.com.br/ultnot/afp/2000/10/31/bmg-e-napster-fecham-acordo-para-servico-de-musica-por-assinatura.jhtm>>.

¹⁹² A exemplo dessa insatisfação, citamos duas notícias publicadas no *GI*. A primeira delas revela que a banda de *rock* *Radiohead* “já havia resumido qual era a sensação de tomar o seu próprio caminho sem o poderoso auxílio de uma das grandes companhias do mercado musical (eles não renovaram o contrato com a *Parlophone/EMI* expirado em 2003): ‘É libertador e aterrorizante ao mesmo tempo’, escreveu o grupo em um comunicado” (SUZUKI, *GI*, 9/10/2007). A outra notícia revela que o “Grupo *Allman Brothers* processa a *Universal* por royalties digitais” (GRUPO..., *GI*, 12/08/2008) em uma ação com valor superior a 10 milhões de dólares e que a gravadora não quis comentar o processo. Já no Brasil, citamos o artista *Leoni* que, em depoimento ao *Blog do Rovai*, fez severas críticas à gestão coletiva dos direitos autorais no país pela intermediação do *ECAD* – Escritório Central de Arrecadação e Distribuição (ROVAI, 2011), questão que ficou silenciada no rol das notícias analisadas, como vimos. Segundo *Leoni*, “há uma diferença muito grande entre autores e detentores de Direito Autoral. Na música, além dos compositores, diversos outros atores têm sua cota nos direitos de execução pública. Temos primeiro o próprio *ECAD* e as Sociedades que ficam com 25% do bruto. Depois, dos 75% restantes, 12,5 % ficam para as Editoras e 25% são divididos para a gravação – produtores musicais (gravadoras), intérpretes e músicos. No final das contas, para os compositores sobram 37,5% – e ainda temos impostos, é claro!” O artista também criticou o desproporcional exercício de poder nas assembleias entre artistas independentes e gravadoras, que possuem maior arrecadação e, por isso, mais direito de voto, o que segundo ele, produz favorecimento das grandes corporações (ROVAI, 2011).

Os grupos de “Moderação Anônimos” funcionavam como outros ainda em atividade no Orkut, onde os internautas solicitam e oferecem links para arquivos de músicas que podem ser baixados na web. [...] Os integrantes de “Moderação Anônimos” afirmam que seu trabalho foi árduo para “manter as comunidades organizadas, sem auferir nenhum tipo de vantagem financeira com elas, somente com o intuito de contribuir de alguma forma para a cultura e entretenimento”. “Não é com o fechamento desta comunidade e outras equivalentes que as gravadoras irão aumentar seus lucros. Muitos artistas perderão seus meios de divulgação”, diz o texto do “Moderação Discografias”. [...] “O número de sites e blogs de conteúdo similar, mais programas como eMule, limewire, de torrents e outros P2P, cresce em progressão geométrica. Perdem eles, perdemos todos, mas enfim, tudo em nome do dinheiro das grandes corporações. Nada em nome da cultura”, continua o comunicado (GRUPO..., *GI*, 16/03/2009).

De acordo com a notícia, o grupo de usuários anônimos intitulado “Moderação Discografias”, era o gerenciador de comunidades na rede social *Orkut*, como “Discografias”, “Trilhas Sonoras de Filmes”, “Trilhas Sonoras de Novelas”, “Índice Geral”, todas elas relacionadas à divulgação e *download* gratuito de músicas inseridas em repositórios de arquivos *on-line*, como o *4Shared* ou *RapidShare*. Todas as comunidades tiveram de ser retiradas do ar por perseguição da APCM – Associação Antipirataria de Cinema e Música – e outros órgãos de defesa dos direitos autorais, de acordo com o grupo e conforme descrito na notícia.

A notícia sugere um descompasso entre os interesses dos usuários, de artistas e da indústria ao impedir o funcionamento da comunidade que atendia ao interesse cultural dos seus membros e, simultaneamente, servia de espaço de divulgação para muitos músicos. Com isso, percebe-se que a indústria defende os seus negócios – propriedade intelectual – ou, no máximo, os interesses dos poucos artistas que ela mantém sob sua tutela. E, ainda assim, ela se mantém atuando em nome dos direitos autorais e dos artistas, mas, como é possível constatar, parece não representar todos eles.

A comunidade “Discografias” foi fundada em 3 de novembro de 2005 e foi uma das maiores comunidades virtuais do Brasil. No dia do seu encerramento, em 15 de março de 2009, ela possuía 865.914 membros. Ela ainda voltou a funcionar no mesmo dia, com o nome “Discografias – o retorno” e alcançou em 1 de junho de 2009, cerca de 302.875 membros. (BORGES, 2009).

Segundo Correio (2014), durante mais de uma década, os usuários brasileiros habituaram-se a obter fonogramas digitais gratuitamente através de programas de compartilhamento ou dos próprios artistas, que utilizam desse meio para difundir suas obras: “Desenvolveu-se, assim, certa ‘economia do dom’, que move a distribuição e o consumo de

música via redes digitais de comunicação. É justamente contra essa economia que as empresas eletrônicas de música agora se voltam” (CORREIO, 2014, p. 165).

Ao invés de encorajar a participação, a proteção por direitos autorais provou ser “um grande obstáculo para colaboração *on-line*, visto que quase todas as pessoas beneficiam-se mais da circulação de informação sem pagamento do que do comércio de mercadorias culturais” (BARBROOK, 1999, *apud* CRUZ, 2010, p. 15).

Conforme evidenciou o resultado da pesquisa realizada em 2006 pela *Entertainment Media Research* (CRUZ, 2008), já citada anteriormente, seria necessário a melhoria dos sistemas de venda de música digital (*on-line*) e a continuidade das ações antipirataria para superar as vantagens e benefícios advindos com a rede de compartilhamento P2P. E é com maior destaque e após esse período (2006), conforme visto, que as notícias relacionadas aos serviços de música digital pareceram ganhar espaço no *GI*, justamente o que evidencia a passagem abaixo ao referendar a dimensão tomada pelos novos negócios no período:

Considere-se que, por exemplo, 70% das vendas de fonogramas digitais no mundo são realizadas através do iTunes, empresa que possui o maior acervo autorizado da rede (12 milhões de arquivos) e 100 milhões de contas cadastradas nos 23 países em que opera (APPLE, 2010; IFPI, 2010). Em 2007, o Napster (autorizado) informou que contava com 830.000 assinantes (NAPSTER, 2007). O Myspace reunia cerca de 66 milhões de usuários, até junho de 2010. Criado em 2005, o Youtube iniciou suas atividades com uma média de oito milhões de acessos a seus vídeos por dia (DE MARCHI, 2011, p. 201).

O capitalismo digital pareceu querer privatizar os programas de compartilhamento e, conseqüentemente, restringir os espaços sociais de construção realizados com esforços voluntários. Recentemente,¹⁹³ por exemplo, com a popularização dos serviços de música via *streaming* (sem a necessidade de baixar), como o *Deezer*,¹⁹⁴ usuários colaboram gratuitamente etiquetando artistas e músicas conforme seu gosto musical. Esse conjunto de informações concedidas por prazer (“o que eu gosto” e “o que eu não gosto”) pelos usuários logo se transformam em um efetivo instrumento de sugestão musical para outros usuários (dando elementos aos algoritmos, agentes inteligentes de programação do sistema de recomendação – SR) contribuindo criativamente com soluções exploradas como inovação (“ouça somente o que você gosta”) pelas empresas proprietárias.

¹⁹³ Refiro-me ao período posterior ao marco final desta pesquisa, 27 de maio de 2013, até a data de defesa deste trabalho (2016).

¹⁹⁴ A plataforma *Deezer* aparece no *GI* a partir de sua chegada no Brasil, em notícia que data de 18 de janeiro de 2013.

O consumo de música, nesse contexto, vem, progressivamente, revelando-se com um caráter mais individual e menos social, não agonístico (não há disputas de reconhecimento e *status* por retribuição, por exemplo) e não pressupõe obrigatoriamente a retribuição (CRUZ, 2010), como visto na economia do dom de Marcel Mauss. Ainda assim, esse consumo pode ser vetor no incremento do capital simbólico e, conseqüentemente, econômico para o setor de gestão de conteúdo. Por outro lado, isso não se fez sem subversões ou recusas, é o que sugere a notícia a seguir:

Até o momento, baixar música para celulares não se provou uma atividade popular. De acordo com estudo recente da M:Metrics, 20% dos usuários de celulares em todo o mundo ouvem música em seus aparelhos, mas 83% deles transferem música para seus aparelhos de computadores ou players digitais, em lugar de baixá-las diretamente de um serviço de download. Isso levou executivos do setor de música a imaginar se o futuro da música para os aparelhos móveis não será mais semelhante ao modelo de serviços via web que vem ganhando terreno na internet --sob o qual fãs recebem música de múltiplas fontes, incluindo uns dos outros-- do que ao modelo de compra e download que vem sendo seguido até o momento (MESMO..., *GI*, 21/01/2008).

De acordo com outro trecho dessa mesma notícia, foram vendidos mais de 4 milhões de *iPhones* no mundo, desde o seu lançamento, em junho de 2007. Contudo, segundo a notícia, o mais interessante é o que tem sido feito com eles: navegação na *internet* em número superior ao de proprietários de outros celulares. Entretanto, na notícia, lamenta-se que o aparelho, aparentemente, não tenha o mesmo sucesso com a compra de música digital, mesmo que com esse dispositivo seus usuários possam adquirir canções da loja virtual *iTunes* quando ao alcance de um *hotspot wi-fi*.¹⁹⁵ Haja vista que a *Apple* se recusou divulgar quantos já utilizaram esse serviço através do *iPhone*. Isso demonstra que a compra do aparelho não está atrelada ao aprisionamento tecnológico proposto pela *Apple*, que força o usuário a certa dependência do uso do conjunto de seus bens e serviços pelo fato de serem totalmente integrados – como o *iTunes* ao *iPhone*, *iPod* e computadores *Mac* etc. –, tornando-os pouco interativos com outras tecnologias que não a sua própria.

5.2 As novas formas de consumir música

¹⁹⁵ “Hotspot WiFi indica um lugar onde é possível ter acesso à internet. [...] Os Hotspot WiFi são normalmente locais públicos, como shoppings, bares, hotéis, restaurantes, aeroportos etc., que dão a possibilidade do cliente navegar na internet enquanto espera por um serviço”. Cf. <<http://www.significados.com.br/hotspot-wifi/>>.

Enquanto o programa *Napster* popularizou a troca gratuita de arquivos de música na *web*, a *Apple* inaugurou um conjunto de bens e serviços relacionados a essas mesmas trocas, criando terreno para outras formas de consumo de música, como mostra a notícia que relaciona os fatos históricos em torno do dispositivo *iPod* e outros serviços:

Mudou a forma de comprar música. Em abril de 2003, a Apple lançou a loja iTunes para baixar e comprar músicas pela internet a partir de US\$ 1. A loja não chegou ao Brasil, mas mudou a forma como os usuários passaram a consumir música no mundo. [...] O formato de música digital possibilitou que os usuários carregassem apenas as músicas que gostam, e descartassem as desconhecidas que vêm no CD. “Existe o fato de você poder baixar apenas a música que está interessado ou ripar aquela canção que gosta (PETRÓ; BRENTANO, *GI*, 21/10/2011).

A inovação anunciada pela empresa sobre o *iTunes* assinala justamente a possibilidade de liberdade de escolha dos usuários somente pelas músicas que lhe agradam, o que não é exclusividade da loja *iTunes*, pois já era praticada em redes de compartilhamento gratuito e “ilegal” de música antes mesmo do seu surgimento. Contudo, reforça uma prática, já bem conhecida dos usuários, usada como estratégia de venda.

Segundo Carvalho e Rios (2009), o surgimento do *MP3* e do *MP3 player* trouxe a reinvenção do consumo de música com uma “fetichização” dos aparatos eletrônicos: portabilidade, escolha pessoal de canções, organização delas no aparelho, o armazenamento, a função *shuffle* com a sequência aleatória, contrária à sequência obrigatória do álbum comercial. A isso chamou-se de estética do *single*, em contraposição à estética do álbum (DE MARCHI, 2005 *apud* CARVALHO; RIOS, 2009) dos *CDs* e *LPs*, dispositivos físicos. Esse fenômeno permitiu o incremento da individualidade na escolha da música, criando uma autoria musical nesta reorganização musical, além da liberdade de escolha sobre o quanto estamos dispostos a pagar por música ao possibilitar selecionar somente o que se busca, ao contrário do álbum, que é um valor sobre o conjunto de músicas, impossível pagar por cada uma separadamente.

Nesse panorama, o capitalismo contemporâneo entra em uma produtividade virtualmente ilimitada e produz, rigorosamente, sua demanda de consumo, apostando frequentemente não só em inovações tecnológicas, mas também em atualizações de nichos culturais, ou seja, na especialização crescente de categorias, gêneros e subgêneros musicais que o ambiente digital permite, além de reduzir os custos materiais de distribuição.

Para Anderson (2006), um bom serviço de música *on-line*, por exemplo, oferecerá pelo menos 400 gêneros e subgêneros, desdobrando-os em novas categorias muito estreitas,

como eletrônica (*trance, techno, beats and breaks, cut and paste*), cada um com sua lista das dez melhores músicas, ampliando a oferta de música segundo a preferência de cada um.

Entre outras inovações, a interatividade foi um traço característico no rol destes novos dispositivos e *softwares*, como mostram as notícias do *iPhone* e dos serviços, rivais entre si, *Google Music* (*Google*) e *iTunes Match* (*Apple*):

Os fãs de tecnologia já podem preparar o bolso para sua próxima aquisição. Nesta terça-feira (09), Steve Jobs, diretor-executivo da Apple, anunciou o lançamento do iPhone, um aparelho que integra as funções de telefone celular, de câmera e do tocador digital iPod, da mesma empresa. A novidade permite que o usuário faça downloads, execute e compartilhe músicas digitais, além de registrar imagens com resolução de até dois megapixels (APPLE..., *GI*, 9/01/2007).

Uma novidade do serviço [Google Music] é que o usuário poderá compartilhar a música comprada com seus amigos, que terão direito de ouvir a faixa completa uma vez --a loja é totalmente integrada com o Google+, a rede social da empresa (GOOGLE..., *GI*, 16/11/2011).

O iTunes Match é gratuito para o compartilhamento das músicas compradas no iTunes. Para aqueles que extraírem o conteúdo de CDs e DVDs, a assinatura do Match custará US\$ 24,99 (cerca de R\$ 46) por ano (DEMETRIO, *GI*, 13/12/2011).

O que há em comum entre as passagens das notícias acima é o surgimento de uma série de bens (*iPhone*) e serviços (*Google Music* e *iTunes Match*) que permitem determinadas ações sem custo e trazem outras novas com um custo adicional, representando uma transição entre o totalmente gratuito – mas “legal” – para o totalmente pago. O *iTunes Match*, por exemplo, consiste no serviço de armazenamento (repositório) virtual de músicas (compradas no *iTunes* ou copiadas do *CD*) para compartilhar com vários dispositivos ao mesmo tempo (*iPod, iPhone, computador* etc.) sem que o usuário precise transferir arquivos manualmente de um dispositivo para outro. Contudo, para a extração (cópia digital) de um *CD*, que nesse caso é permitida, paga-se um valor anual pelo serviço. Nesse caso, você paga por uma licença de uso e não pela propriedade do serviço, pois, como afirma Rifkin (2001), nesta nova “Era do Acesso”, os mercados cedem lugar às redes, já a propriedade, característica dos mercados modernos, cai em desuso para alguns itens – primordialmente advindos da rede – enquanto ampliam-se possibilidades de consumo na contemporaneidade pelo *leasing*, ou seja, pelo aluguel ou cobrança de uma taxa de admissão, pela assinatura ou pela associação a curto prazo. Isso pode representar, para o usuário desses serviços, a realização de pagamentos sucessivos, sempre que necessário para manutenção do serviço, ao invés do pagamento único, comum quando da aquisição de um bem material. Esta lógica de custo por licença de uso

segue a lógica dos contratos de bens imateriais e é característica da propriedade intelectual, como acontece com os *softwares*.

Um exemplo interessante é o sistema operacional *Windows*, da *Microsoft*. Esse programa é vendido mesmo sendo contrário aos termos do Código de Defesa de Consumidor por constituir venda casada, que constitui a venda de um produto ou serviço atrelado e dependente de um outro, comum quando da compra de um computador (*hardware*). Pelo fato de um computador não funcionar sem um sistema operacional, poucas pessoas questionam esse fato, ao mesmo tempo em que desconhecem outros sistemas operacionais – inclusive gratuitos – ou não têm habilidades técnicas para instalação e operacionalização de outras opções. Frequentemente, essa compra inclui uma determinada versão do *Windows*, por exemplo. Para atualizações das versões do programa, comumente é preciso novo pagamento. E como são atualizados periodicamente, permanecer com versões antigas pode incapacitar a instalação de *softwares* mais recentes, tornando o usuário refém da tecnologia, ou seja, da permanente necessidade de pagamento para usufruto do *software* em suas plenas capacidades.

Da mesma forma, a licença de uso de uma versão do *Windows* inclui um navegador da *web*, o *Internet Explorer*, contudo, o mesmo não acontece com o pacote de programas de escritório, *Microsoft Office*, que deve ser comprado separado (a licença de uso), gerando novos custos. Dessa maneira, potencializa-se uma gama de consumidores dependentes das tecnologias proprietárias, o que só é possível pela mudança do paradigma econômico, em que há preeminência da propriedade intelectual (em que há frequentemente um custo por licenças de uso) que se reproduz também na esfera da cultura, como no caso da música digital.

Transferir músicas do *CD* para o computador, ou melhor, para o programa de computador, no caso, o *iTunes Match*, como citado pela notícia, por exemplo, foi uma prática amplamente perseguida e condenada quando feita gratuitamente, sem autorização da indústria fonográfica. Foi assim que empresas como a *Apple* encontraram aí, no conflito entre usuários e indústria, um novo ramo de negócios.

Compartilhar um bem – no caso, imaterial – tornou-se uma prática paga, como evidenciaram notícias anteriores, e, especialmente, que se contrapõe ao não pago, que é visto não só como *ilegal*, mas também como *antiquado* ou *ultrapassado*. Os bens e serviços pagos anunciados pelas notícias – que são numerosas e repetitivas dentro do corpus empírico investigado – se mostraram como tendência, seja de mobilidade, inovação, distinção social, conectividade etc. Nesse sentido, “a propaganda ‘vende’ a personalização, a produção de individualidade” (SANTI, 2005, p. 188):

O Google anunciou nesta quarta-feira o lançamento nos Estados Unidos de seu serviço musical, Google Music, que contará com o apoio de três das grandes gravadoras do mercado e que será o novo rival dos produtos similares já oferecidos por Apple e Amazon. [...] 'O Google Music se trata de descobrir, comprar e compartilhar música de formas novas, inovadoras e personalizadas', disse Jamie Rosenberg, diretor de conteúdos digitais do Google para Android em entrevista coletiva. Este novo serviço musical oferecerá o download de músicas nos EUA a partir de US\$ 0,69 e permitirá aos usuários do Android compartilhar um total de 20 mil canções de forma gratuita. 'Outros serviços musicais pensam que você tem que pagar para escutar música que já possui. Nós não', acrescentou Rosenberg, em alusão ao iTunes Match, da Apple (GOOGLE..., *GI*, 7/08/2011).

Essa notícia reforça também um diferencial frente ao serviço *iTunes Match*, da concorrente *Apple* e anuncia a possibilidade do compartilhamento gratuito de 20 mil canções, possíveis em função do “apoio de três das grandes gravadoras do mercado”, ou seja, não são quaisquer músicas, são estas 20 mil canções oferecidas por gravadoras, o que nos faz pensar em quais seriam essas músicas e qual o percentual que esse quantitativo representaria no total de canções do novo serviço pago. Interessante observar que, em 2008, as gravadoras disponibilizaram gratuitamente, no site *Qtrax*, 25 milhões de canções,¹⁹⁶ o que, como já mencionado, não se faz sem interesse financeiro. Parece claro que, se a modernidade produziu a indústria fonográfica como intermediária entre artista e público, com a mudança de paradigma, paulatinamente, a função do intermediário tem ficado nas mãos das empresas de conteúdo digital (gestão e distribuição). Esses seriam os novos intermediários do mercado da música.

De acordo com Leonardo Correio, um crescente número de gravadoras, editoras e artistas autônomos têm cedido seus catálogos para gerenciamento *on-line*. O resultado disso pode ser observado nos números do mercado. Considerando os dados de 2013 apresentados pela Associação Brasileira dos Produtores de Disco (ABPD), “verifica-se que o mercado digital passou dos 54 milhões de reais de arrecadação, em 2010, para 111,4 milhões de reais, em 2012, um robusto crescimento de 160,49%” (CORREIO, 2014, p. 173). Dados que sugerem que os apoios e parcerias no setor não são em função de uma tecnologia irrefreável ou simplesmente uma tendência mundial, como visto, mas pelo potencial mercado consumidor descoberto ao seu redor.

Chagas faz uma importante reflexão acerca da personalização promulgada no uso dos bens e serviços relacionados a estas novas tecnologias de comunicação. Para ele, estes

¹⁹⁶ Cf. “Site vai oferecer mais de 25 milhões de músicas gratuitas” (SITE..., *GI*, 28/01/2008), em: <g1.globo.com/Noticias/Musica/0,,MUL276966-7085,00-SITE+VAI+OFERECER+MAIS+DE+MILHOES+DE+MUSICAS+GRATUITAS.html>.

artefatos consolidaram o consumo como produtor de novas identidades, em que tudo parece apontar rumo à satisfação pessoal. O autor salienta a possibilidade de livre escolha diante das limitações impostas pelas mídias clássicas, em que o consumo está “cada vez mais sintonizado às preferências individuais em voga na ‘modernidade tardia’” (CHAGAS, 2010, p. 47).

Para o pesquisador, diferente de outros autores que celebram a capacidade de personalização musical associando esse recurso a uma maior liberdade no consumo de música, Bull (2008 *apud* CHAGAS, 2010) se dedica a apontar que “a privatização do espaço acústico através desses aparelhos provoca um isolamento do sujeito, e em consequência disso, a erosão dos laços sociais” (CHAGAS, 2010, p. 48). Por outro lado, apesar da escuta musical se dar isoladamente, outros sentidos são possíveis quando sociabilizada com outras pessoas, compartilhada por comunidades afetivas ou utilizadas como demarcação social que delimitam quem são seus pares ou não. Para o autor, consumir música é, nesse sentido, acima de tudo, uma prática social, em que a interatividade se consagra como novo fetiche musical presente em todos os dispositivos eletrônicos e redes sociais (CHAGAS, 2010).

Para Lima (2011), o trabalho imaterial – em voga no capitalismo cognitivo –, que não é imposto e organizado de fora como em formas anteriores de trabalho, envolve de imediato a interação e a cooperação sociais que produzem um bem imaterial – informação, serviço, produto cultural, conhecimento ou comunicação. Essas novas formas de trabalho – que pressupomos comumente como práticas no âmbito do lazer – produzem novas redes de relações intelectuais, afetivas e sociais, ao mesmo tempo em que constituem elementos passíveis de apropriação econômica.

Este trabalho – de cooperação social – que alimenta os serviços proprietários é produzido, em grande parte, pelos usuários, por meio de suas relações afetivo-sociais estabelecidas nesses ambientes de compartilhamento. Essas relações também alimentam serviços proprietários de hospedagem que servem de repositórios virtuais para compartilhamento e troca de arquivos digitais, mas são apresentados como instrumentos de “pirataria”, conforme notícia a seguir:

Mas há também os blogs que permitem o download das faixas e, muitas vezes, dos álbuns na íntegra. Isso é feito através de serviços de hospedagem de conteúdo, como Rapid Share [...] mas com procedência nem sempre garantida. Desconfie de blogs que ofereçam downloads de CDs de artistas famosos na íntegra: muito provavelmente, trata-se de pirataria (BLOGS..., *GI*, 18/12/2006).

A plataforma de compartilhamento *Rapid Share*, citada nesse trecho da notícia acima, segundo a pesquisa apresentada por Cruz, teve, em alguns momentos, “30% do seu tráfego originado da rede social Orkut” (CRUZ, 2008, p. 163). Esse dado mostra, por exemplo, um trânsito dos usuários entre os serviços ofertados na rede (redes sociais, armazenamento de dados, entre outros) e certa interdependência entre eles, tendo em vista a oferta de serviços bastante especializados de cada um deles.

Da mesma forma, os dados sugerem uma apropriação tecnológica dessas plataformas (hospedagem) para uso sociocultural por parte dos usuários, de tal maneira que todos – proprietários das plataformas e usuários – se beneficiam. Contudo, essa apropriação logo ficou mais restrita, por pressões da indústria, o que colaborou também para a construção do argumento do serviço pago, exposto na notícia abaixo:

Quem armazena mais de 5 GB de dados no serviço corre o risco de ter seus arquivos removidos. Para aumentar o limite, é preciso pagar pelo serviço “RapidPro”. [...] O RapidShare ficou conhecido como plataforma para compartilhamento de arquivos, inclusive a distribuição não autorizada de filmes e músicas. Pressionado pela indústria fonográfica, o site alterou diversas vezes sua política de uso, limitando a velocidade de arquivos em contas gratuitas para ser “menos interessante” aos piratas (ROHR, *GI*, 19/03/2013).

A notícia insinua que os serviços pagos oferecem mais espaço e mais velocidade, ao mesmo tempo em que os serviços gratuitos se tornaram pouco atrativos – seguramente por pressões também da própria indústria fonográfica contra a pirataria – frente às melhorias de desempenho do serviço pago, o que vai ao encontro da passagem de Lima sobre as vantagens sugeridas por essas formas pagas de consumo:

Tudo o que produzimos e tudo o que compramos é “mais moderno”, “melhor adaptado”, “mais bonito”, “mais econômico”, “mais confortável”, “dura mais”, “é mais saboroso”. Sempre que adquirimos alguma coisa, justificamos para nós mesmos que ganhamos alguma vantagem. Sempre acreditamos estar conseguindo mais utilidade quando fazemos uma transação econômica (LIMA, 2010, p. 18).

Isso significa que o crescimento das formas alternativas de compartilhamento – que representaram formas simples e rápidas dos usuários obterem e trocarem materiais culturais gratuitos – implicou também no crescimento do uso de ambientes privados que, indiretamente, se beneficiaram do compartilhamento de arquivos: “As empresas não precisam fazer mais nada além de disponibilizar um espaço de interação ou de armazenamento. Todo o

conteúdo e a diversificação do ambiente são fomentados pelos próprios usuários” (CRUZ, 2008, p. 167), produzindo, assim, novas formas de capital. Considerando a apropriação privada de conteúdo produzido pelos usuários por plataformas proprietárias, como o *Youtube*, por exemplo, observamos a atualização do termo marxista “mais valia” feita por Marcos Dantas (2014). Cabe esclarecer que mais-valia corresponde à parcela do valor criado pelo trabalho que não é paga ao trabalhador, mas apropriada pelo capitalista: “Como a produção de mais-valia é o objetivo determinante da produção capitalista, o roubo de uma parcela do tempo de trabalho pelos donos do capital é, portanto, a base oculta dessa sociedade” (PINTO, 2011, p. 13). Sobre o tempo dispendido nas plataformas, gratuitamente, Dantas (2013) reforça uma importante dimensão da mais valia: a intensificação do tempo, pois, “para se valorizar, o capital necessita reduzir os tempos de produção e de circulação. Economia do tempo, a isto se reduz afinal toda a economia. (DANTAS, 2013, p. 3). Ainda, segundo o mesmo autor:

Nas indústrias culturais mediatizadas, o processo de produção de valor envolve tanto o trabalho de seus trabalhadores imediatos (artistas, jornalistas etc.), quanto o tempo de mobilização das audiências numa relação interativa e participativa com os eventos espetaculares (no sentido de Débord) postos nessa relação. Esse trabalho da audiência tornou-se mais evidente nos comentários e postagem em blogs e sítios de grande evidência e nas inocentes conversas coloquiais em “redes sociais”. Deste trabalho é extraído um valor que se expressa em muitas formas de “monetização”, gerando um lucro nascido exatamente de trabalho absolutamente não pago apropriado pelo capital. Esta forma de apropriação pode ser entendida como “mais-valia 2.0”: apropriação de trabalho não pago, literalmente gratuito, através de um sistema de agenciamento social, via meios eletrônicos de comunicação, lineares ou reticulares, que incorpora, na produção de valor, bilhões de pessoas que estariam aparentemente se divertindo ou cuidando de suas atividades profissionais (DANTAS, 2014, p. 85).

Nesse sentido, trabalho – gratuito – e diversão, constituem, em um só estado, uma nova forma de exploração da indústria do entretenimento mediatizada do século XXI, algo que carece de discussão no âmbito dos Estudos do Lazer.

Outro ponto que merece atenção é a riqueza e diversidade de conteúdo das notícias em que são apresentadas entrevistas com os artistas, pois levantaram questões pontuais que o noticiário diário – às vezes, superficial ou genérico – pode não dar conta de captar, em função, talvez, da “agilidade” como atributo da informação (ORGANIZAÇÕES GLOBO, 2011), que não permite ao jornalista dispendir tempo com uma apuração mais detalhada sob o risco de perder leitores para a concorrência (CARDOSO, 2007), como já referimos. Por isso, talvez, como já supomos, o fato de poucas notícias serem assinadas por jornalistas. Quando as notícias têm autoria, apresentam, relativamente, mais informação de qualidade e

detalhamento, diferente das reproduções vagas e superficiais de agências internacionais de notícia.

Dessa forma, as entrevistas permitiram ampliar nossas análises para temas poucos debatidos como, por exemplo, nesta publicada abaixo pelo *GI*, de autoria do jornalista Rodolfo Tiengo, em que ele entrevista o músico brasileiro João Barone:

G1 - Vocês, que atravessaram gerações de público, como analisam o atual ouvinte de música no Brasil diante da instantaneidade do mp3, da internet?
 Barone - Houve uma ampliação do consumidor da música, ao mesmo tempo que houve um facilitante maior em obter música, com maior oferta, mas essa oferta passou pelo download grátis e pela pirataria, desestabilizando o que existia como forma no mercado fonográfico. Houve uma ampliação no gosto geral, muita gente hoje houve pagode, sertanejo e rock junto, muito estranho. A música perdeu um pouco do sectarismo de seus gêneros, do ritualismo de ouvir um álbum, lado a, lado b, ver a capa do disco, coisas assim (TIENGO, *GI*, 15/03/2012).

Por um lado, a afirmação de João Barone, baterista da banda fluminense Paralamas do Sucesso, reforça o que outros dados já trazem: o surgimento do *MP3* e as plataformas de compartilhamento permitiram um acesso sem igual à música na história da humanidade. Por outro lado, o artista sugere que o acesso ilimitado trouxe impactos no gosto musical, considerando que a disponibilidade gratuita de todos os gêneros permitiu que as pessoas ouvissem distintos gêneros. Essa afirmação aponta que o acesso facilitado aos gêneros musicais pode ter desordenado, em alguma medida, a segmentação do binômio gênero-público,¹⁹⁷ já que as ferramentas digitais permitiram – a todos que dela dispunham – ter contato com artistas consagrados e – a alguns – artistas à margem desse mercado de todos os gêneros musicais. Esse fato pode ter alterado gostos que historicamente ficaram restritos ou segmentados conforme uma determinada lógica de distinção em que a classe social também era um fator a ser considerado.

Podemos dizer então que, de certa forma, temos esta ou aquela preferência musical (gosto) conforme o acesso (consumo) aos gêneros que, no modelo atual, transformou todos em mercadorias – e seus símbolos – mais acessíveis a todas as classes sociais, borrando as distinções sociais e interesses (música) de consumo. Esta mistura de preferências e gostos musicais não se dá de forma descompromissada pela neutralidade do acesso, mas pareceu incentivada também pela engrenagem do capital, visto que o mercado ganha mais conforme

¹⁹⁷ Em alguma medida, essa segmentação pareceu ser construída pela própria indústria cultural e pelos meios de comunicação, dados os cadernos culturais de jornais, muitas vezes, bastante segmentados, com o uso de expressões como “rádio rock” ou “o melhor do sertanejo”.

umenta o consumo musical – inclusive de outros gêneros¹⁹⁸ – por todos os grupos sociais. Por outro lado, a construção de novos nichos – gostos extremamente especializados – também se apresentou como possibilidade neste cenário musical.

No campo de estudos do lazer, observamos que a presença do consumo em estudos clássicos das ciências humanas e sociais tem, no sociólogo e economista Thorstein Veblen, um discurso fundador, dada a análise do comportamento da elite de sua época, no final do século XIX e XX, o que é observado por Maria Aparecida Baccega. Para essa autora, a obra desse estudioso, *A teoria da classe ociosa*, defende que “a identidade de classe se dá a partir de práticas de consumo, que envolvem rituais, modos de uso e ostentação dos bens. Há um princípio pedagógico na formação do gosto e da identidade de classe por meio do consumo” (BACCEGA, 2014, p. 56).

Baccega ressalta que o gosto – organizado em torno de práticas – também foi abordado na obra de Bourdieu (2007) quando esse analisou a sociedade francesa de sua época. Para o sociólogo francês, segundo a autora, o consumo era central na forma como o capital cultural se estruturava como lógica de classe e como ele alimentaria a disputa pelo poder simbólico em dada sociedade: “Os discursos sobre o gosto davam sentido às práticas dos sujeitos e produziam demarcações imaginadas de distinção em relação a outros grupamentos sociais” (BACCEGA, 2014, p. 58).

Dessa forma, parece evidente que o consumo irrestrito dos diferentes gêneros (gostos) representou a tomada de determinados símbolos – de distinção – de um grupo social por outro, causando estranhamento à lógica de classe. Isso fica claro também na passagem da notícia abaixo:

“Quero torná-la mais acessível sem degradar o produto, porque não é preciso colocar uma batida nessa música para que ela funcione”, acrescentou ela numa aparente referência às tentativas de unir a música pop à música clássica. “Só o fato de as pessoas poderem ouvi-la no computador significa que elas não achem que precisam ser cultas ou ser de determinado nível ou de determinado setor da sociedade.” [...] O álbum, chamado “The naked violin” (O Violino Nu), terá três peças para violino - a suíte número 3 em mi maior, de Bach, as Variações Luslawice, de Paul Patterson, e a sonata número 3 (“Balada”) de Eugene Ysaye (VIOLINISTA..., *GI*, 8/01/2008).

Na notícia, a violonista britânica Tasmim Little ressalta que a mistura dos gêneros musicais (da música clássica com elementos da música *pop*) “degradaria” o produto. Segundo

¹⁹⁸ O festival de música *Rock in Rio*, por exemplo, criado em 1985 no Rio de Janeiro, já apresenta uma grande variedade de artistas em seus eventos que não exclusivamente do grande gênero *rock* e já nem é exclusivo da cidade do Rio de Janeiro, tendo passagem por outros países como Portugal, Espanha e Estados Unidos.

ela, essa mistura não é necessária para que a música “funcione”, sugerindo o seu consumo ampliado a outros grupos sociais que não exclusivamente as pessoas “cultas” ou de “determinado nível” da sociedade. Interessante notar que parece haver resistência na mistura dos gêneros musicais em função da “degradação”, talvez da linguagem, enquanto para o incentivo ao acesso por outros grupos sociais não há resistência, há até um incentivo como tentativa de ampliar o público, o acesso; essa oscilação indicaria diferentes níveis de tolerância que tocam o símbolo da música clássica (linguagem ainda minimamente preservada cuja produção permanece reservada para poucos). O fato parece apresentar a ideia de que o consumo pode até ser para todos, mas a produção ainda permanece restrita para alguns, conservando as distinções de classe.

Nesse sentido, o consumo (acesso amplo à música) pode sim representar vias de inclusão social, mas em parte, já que a sua produção permanece muito aquém de seu consumo, sendo elementos bastante desiguais quando falamos de possibilidades – políticas de promoção e produção culturais. Consome-se muito mais música do que se produz música. Essa assertiva, em sentido amplo, nos faz pensar que o acesso a determinados bens (imateriais ou materiais) não mudam ou apagam outras muitas desigualdades sociais. E mesmo essa inclusão – parcial – é bandeira de luta para ciberativistas que a consideram, talvez, condição ou terreno mais propício para que uma inclusão mais efetiva onde consumo e produção possam acontecer de forma mais paritária.

Gilberto Gil, quando Ministro da Cultura, em entrevista para o documentário *RIP: A Remix Manifesto*, afirmou que o “compartilhamento é a própria natureza da criação”, o que sugere uma reação em cadeia: quanto mais compartilhamos, quanto mais acessamos, mais possível seria constituir processos criativos. Nessa afirmação, encontramos também outros riscos: que não consigamos transferir energias e esforços à criação, tamanha a exposição contínua, permanente e infinita de dados e informações que esgotam os sentidos, considerando-se as disputas mercadológicas por audiência e atenção do consumidor/usuário/internauta.

Outro ponto importante a destacar é que a oferta ampla e gratuita de música na *web* pelos artistas, entre outros fatores, parece não só apresentar potencial para transformar os gostos, mas também para reconhecer a diversidade deles. Em alguma medida, é o que podemos apreender nas passagens de notícias publicadas no *GI* que se seguem:

Em outros lugares, o gosto musical varia de maneira surpreendente. Na Ilha de Wight, no sul do país [Inglaterra] o artista mais baixado é o jazzista americano Louis Armstrong. Na pequena cidade de Galashiels, na fronteira

com a Escócia, o sucesso da pirataria é a banda de rock dos anos 80 The Smiths (BRASIL..., *GI*, 18/09/2012).

Criolo estima que seu segundo trabalho foi baixado mais de 400 mil vezes (TAVARES, *GI*, 26/08/2011).

Um mês após deixarem os vocais da banda cearense “Forró do Muído”, as baianas Simone e Simaria festejam a autonomia sobre a carreira com o lançamento do primeiro CD em dupla disponibilizado no último sábado (24) para download gratuito no site oficial delas, intitulado Simone e Simaria - As Coleguinhas - Volume I (BRUNO, *GI*, 27/03/2012).

“Disponibilizamos o disco gratuitamente porque seria uma forma do nosso trabalho ser muito mais divulgado, além de ser um presente para nossos fãs,” Mi, vocalista da banda Gloria. O vocalista diz que está ansioso pelo show em Brasília, cidade que, na avaliação de Mi, tem um grande público de rock. A base do repertório da apresentação serão as músicas do novo álbum, o quarto da banda e que foi disponibilizado para download gratuito na internet (GLORIA..., *GI*, 18/08/2012).

O grupo baiano Sertanília disponibiliza gratuitamente para o público o download de 14 das 18 faixas de seu primeiro CD, “Ancestral”. As músicas podem ser baixadas no hotsite da banda. [...] O Sertanília se inspira no sertão e é influenciado por manifestações culturais como maracatu, ternos de reis, sambadas e ladainhas (SERTANÍLIA..., *GI*, 23/09/2012).

O que se observa nessas passagens é que o consumo de música potencializa interesses, como a visibilidade da divulgação, que podem se converter em ganhos econômicos (a partir da realização de shows ou venda de *souvenirs*), além de representar aspectos simbólicos, de pertencimento e identidade, conjugando-os.

Outra notícia relacionada à produção de estilos de vida e da perda do sectarismo do gênero musical parece estar presente no trecho abaixo:

Cabelo arrumado com gel, roupas e tênis de grife, o cantor sobe no palco do Clube A, casa noturna de elite paulistana, para se apresentar a uma plateia que pagou em torno de R\$ 150 pelo ingresso. Durante o show, as fãs gritam como se estivessem diante de um astro teen como Justin Bieber ou os Backstreet Boys. A diferença é que Luan Santana não canta pop com influências de r'n'b mas música sertaneja (STAMBOROSKI JR., *GI*, 30/04/2010).

A notícia sugere, por exemplo, que o gênero sertanejo não é uma exclusividade e sucesso apenas nas cidades do interior do país, mas que se faz presente também em grandes capitais, congregando diferentes grupos sociais em torno de um novo pop.

De uma maneira geral, em relação aos trechos anteriores de notícia, ressalta-se o papel do consumo frequentemente renovado na estruturação de “estilos de vida, perfis identitários,

comunidades de gosto, tribos urbanas e dos mais diversos grupos de afinidade que povoam as variadas redes de comunicação, sociabilidade, negócios” (BACCEGA, 2014, p. 61), produzindo temas de investigação bastante produtivos cujas explorações parecem inesgotáveis pelos Estudos do Lazer.

A notícia a seguir trouxe uma inovação ao inserir uma referência tecnológica de alcance global – *Google* – como tema de música romântica sertaneja, misturando o global com o local, o universal com o particular:

“Me joga no Google/ Me chama de pesquisa/ E diz que eu sou tudo que você procurava”, canta a dupla sertaneja Ana Elisa e Mariana, na música “Google”, hit na internet e nas festas de peão. Com poucos meses de carreira, as irmãs Michelin já estão com a agenda lotada, em parte graças ao improvável sucesso da faixa. [...] Não é a primeira vez que uma música sertaneja com letra citando a internet vira hit. “Vou te deletar do meu orkut”, de Ewerton Assunção, foi lançada em 2006 e virou sucesso – a faixa foi gravada por artistas como Frank Aguiar, Edson e Hudson e pelo português Élvio Santiago (STAMBOROSKI JR., *G1*, 22/09/2009).

Em tempos de pós-fordismo, sugere Santi (2005), a flexibilização da produção combina-se com a diversificação do consumo. Por meio da variedade e customização das mercadorias, da especialização do comércio, da segmentação da publicidade, passa-se a fomentar a diferença. Dessa forma, os indivíduos passaram a buscar suas identidades por meio daquilo que consomem, exaltando o exótico ou misturas pouco prováveis, como mostra a música citada na notícia anterior, revelando aspectos simbólicos. Para o autor, “a sociedade de consumo teria como um de seus componentes a busca pela construção de subjetividades singulares, o que ocorre, num aparente paradoxo, no contexto de produção massificante” (SANTI, 2005, p. 187).

O artista Marcelo Camelo, da banda *Los Hermanos*, manifesta sua inquietação em notícia no *G1*:

“Hoje em dia, o olhar de todo mundo está muito voltado para a novidade, para o que está bombando. Agora é a estética do Black Eyed Peas, mas qual vai ser a próxima? Quem vai gostar do Vampire Weekend daqui a dois anos? Vira uma parada que já era muito rapidamente...” (*apud* ASSIS, *G1*, 7/04/2011).

O relato do artista vai ao encontro de um consumo que parece ancorar-se na produção de sujeitos continuamente insatisfeitos, que buscam frequentemente elementos que os tirem da monotonia e ofereçam constante novidade, como mostra Santi (2005):

Em uma época mais simples, a publicidade meramente chamava a atenção para o produto e exaltava suas vantagens. Hoje em dia, ela procria um produto próprio: o consumidor, perpetuamente insatisfeito, intranquilo, ansioso e entediado. A publicidade serve não tanto para anunciar produtos, mas para promover o consumo como um modo de vida. Ela “educa” as massas para ter um apetite inesgotável não só por bens, mas por novas experiências e satisfação pessoal (LASCH, 1983 *apud* SANTI, 2005, p. 183).

Nesse contexto, a identidade do indivíduo na sociedade de consumo também é produzida pelas roupas que ele veste, pelo tipo de música que ele ouve, pelo carro que ele dirige e assim por diante (CASTRO, 2009). Para Santi (2005), “o crescimento exagerado da cultura capitalista dissolveu as referências da vida social e as substituiu por um regime de consumismo hedonista e narcísico” (SANTI, 2005, p. 194) e que coloca o consumo como forma privilegiada da cultura do narcisismo. Na medida em que “esses grupos ultra especializados se alicerçam em aparência, interesses particulares, estilos de vida, tendências de consumo, podemos considerá-los manifestações de ‘narcisismo coletivo’, como propõe Lipovetsky” (1983 *apud* CASTRO, 2009, p. 7), reforça Castro. Quando a construção da identidade depende da opinião alheia ou quando ela se apoia em sinais exteriores de aparência, poder e riqueza, esses sujeitos que assim agem revelam relacionamentos múltiplos, mas superficiais, pois esforçam-se em seduzir os outros (se e enquanto a opinião do outro interessa), ao mesmo tempo em que evitam qualquer compromisso (CASTRO, 2009). Para o autor, “o caráter informal das novas modalidades de sociabilidade é capturado pela concepção de redes sociais” (CASTRO, 2009, p. 7), o que ficou bastante evidente neste trabalho até aqui. Contudo, para Santi, o consumismo não foi a causa da degradação do tecido social, “mas se tornou uma via de expressão privilegiada da moral das sensações e do entretenimento” (SANTI, 2005, p. 198), comumente fugazes.

Considerando o hedonismo e narcisismo contemporâneo, Castro (2009) afirma que, com o declínio crescente do emprego tradicional, o trabalho tem deixado de ser parâmetro central para a fixação da identidade, ao mesmo tempo em que a própria concepção de identidade estável parece ter cada vez menos sentido.

Citando a passagem da sociedade disciplinar de Foucault para a sociedade de controle de Deleuze, Castro (2009) afirma que, nessa etapa, a disciplina e a repressão são substituídas pela sedução, “pelas relações públicas em lugar da força pública, pela publicidade em lugar da autoridade, pela maneira suave em lugar da maneira dura, [...] pela imposição de necessidades em lugar da inculcação de normas” (CASTRO, 2009, p. 2), características que colocam ainda

mais em evidência e alerta o fenômeno do lazer – e a dimensão simbólica do consumo – enquanto campos de investigação e conhecimento.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

As representações dos discursos sobre *download* de música, especialmente em seus aspectos políticos, envolveram, majoritariamente, a repressão e a punição através de mecanismos jurídicos. Contudo, esta questão política não pareceu ser unânime ou consenso entre as nações. Observamos que a criminalização ou a não criminalização, por força de lei, pareceu mesmo atrelada ao interesse econômico das grandes gravadoras, sendo que o interesse de um único grupo social não deveria orientar, de maneira exclusiva, a defesa dos governos, considerando que o papel do Estado é o de regular as relações humanas em prol do bem comum.

Este trabalho mostrou que ações simultâneas e paralelas, como a diversificação da oferta de novos serviços e maior vigilantismo na *web*, desde a Campanha Internacional contra a Pirataria, em 2006 – para que os negócios se renovassem e alcançassem uma nova fase, de ascensão – permaneceram como uma constante ao longo do período investigado (2006 a 2013) e, embora fora do escopo de análise, citamos elementos com tais características, após o período investigado, como os relatórios da indústria¹⁹⁹ de 2014 e 2015.

Como mencionado, o trabalho imaterial – em voga no capitalismo cognitivo e que não é organizado ou imposto de fora como em formas anteriores de trabalho – envolve de imediato a interação e a cooperação sociais que produzem um bem imaterial – informação, serviço, produto cultural, conhecimento ou comunicação. Essas novas formas de trabalho – gratuito, no caso das redes sociais em torno do interesse musical – produzem novas redes de relações intelectuais, afetivas e sociais, ao mesmo tempo em que constituem elementos passíveis de apropriação econômica, o que carece de maior atenção por parte dos pesquisadores da área. Resta aos usuários o desafio de construir o “comum”, que representa uma ruptura, ao dotar de uma subjetividade livre o fato de sermos cooperantes. Nesse sentido, a construção dessa livre criação do “comum”, fora dos interesses de mercado, permite que a sociedade vá além da criação e difusão de conhecimento, levantando questões como democracia e liberdade. Contudo, essas questões pareceram restritas a determinados grupos e espaços na *web*, pois não é dada a visibilidade necessária a ponto de fomentar um debate nas mídias, conforme foi possível observar nas notícias analisadas.

Dessa forma, parece inevitável o imperativo de encontrarmos caminhos possíveis no combate aos perversos mecanismos de apropriação dos afetos, em que todo tipo de

¹⁹⁹ O relatório do IFPI, *Digital Music Report*.

sociabilidade ou relação social se transforma, em parte, em potência comercial na rede por meio de plataformas proprietárias, aplicativos e estratégias de *marketing*. Como largamente relatado, as arbitrariedades por meio de comandos técnicos ou legais transforma toda resistência em exercício ilegal, condenando-a, como tem feito a indústria fonográfica em relação ao *download* gratuito, quando sem o seu consentimento. Tomar consciência dos distintos usos da rede, nesse sentido, pode ser o primeiro passo, daí o esforço deste trabalho.

Observou-se que os discursos dos governos aqui enfocados parecem ter sofrido *lobby* (MACHADO, 2010) por parte da indústria fonográfica, trazendo à tona os interesses dessa indústria em detrimento de outros – como o de potencializar determinadas trocas, interesse de artistas independentes e usuários de *internet*. Houve um grande esforço por parte da mídia que avaliamos, bastante representativa da mídia como um todo, em divulgar ações antipirataria e promover novos bens e serviços tecnológicos e que contrasta com um esforço bem menor por parte dela para tratar questões sociopolíticas culturais mais amplas, como o direito à cultura no âmbito digital, que incluem liberdade de expressão e privacidade, entre outros direitos, e que procuramos demonstrar ao longo do nosso trabalho.

Conforme abordamos, os aspectos técnicos (como usar) e utilitários (para que serve) se sobressaem, junto ao público leigo e usuários iniciantes, quando o assunto é programa de computador/tecnologias. Pouco se sabe ou se discute em relação a uma comunidade de especialistas, técnicos, ciberativistas, tradutores, usuários avançados que se dedicam, gratuitamente, na criação e manutenção destes sistemas, inclusive, com fóruns de discussão bastante ativos em diversas línguas e espaço para novos colaboradores – quando em condições de, em busca da construção de uma rede sob outros parâmetros, de liberdade.

De uma maneira geral, ressaltou-se o papel do consumo – no caso, de música, mas podemos ampliar para outros interesses culturais – frequentemente renovado na construção de estilos de vida, perfis identitários, comunidades de gosto e demais grupos que povoam as redes de comunicação, sociabilidade, negócios, produzindo temas de investigação – interdisciplinares – bastante produtivos, cuja exploração parece inesgotável para os Estudos do Lazer.

No que se refere à relevância do tema, a *internet* se mostrou um terreno com enorme potencial cultural por meio de trocas, partilhas e reciprocidades que se encontram ameaçadas por interesses privados que buscam constantemente controle da rede, sob um vigilantismo dos “jardins murados” (DANTAS, 2014), interesses que colocam em risco direitos como liberdade, segurança e privacidade, como aqueles recentemente e arduamente conquistados pelo Marco Civil da Internet no Brasil, e que foi citado uma única vez no rol das notícias –

por Rick Falkvinger, fundador do Partido Pirata na Suécia quando entrevistado pelo *GI* por sua participação no 13º Fórum do Software Livre no país.

Em relação aos desdobramentos para o campo de Estudos do Lazer, observamos que os afetos, a imaginação e a criatividade têm se tornado uma fonte de exploração pecuniária por parte das plataformas proprietárias na *web*. Considerados como trabalhadores pós-fordistas (trabalho imaterial), muitos desses usuários participam do novo processo de produção imaterial por meio de sua bagagem cultural adquirida nas diversas vivências culturais e de lazer, por meio das quais aprendem e se constituem como sujeitos, através da cooperação, improvisação e motivação, sendo transformados, também, em atores do espetáculo, nesta fase de capitalismo cognitivo.

Neste novo mercado, caracterizado pela produção de bens imateriais, as atividades culturais estão, paulatinamente, se transformando em entretenimento pago, na forma de assinaturas, taxas de admissão e tarifas, evidenciando um campo de disputas políticas importantes para o atual contexto histórico, no qual uma produção de tipo *imaterial* se faz cada vez mais presente na indústria, no comércio e na vida cotidiana, demonstrando uma nova forma de monopólio comercial global exercida sobre as experiências vividas. Em relação ao lazer, falamos não só de música, mas também de diferentes interesses culturais, tais como viagens e turismo, parques temáticos, centros de entretenimento, jogos eletrônicos, bem-estar, moda, culinária, esportes, cinema, televisão e mundos virtuais do ciberespaço, cujos negócios comercializam o acesso a todo tipo de experiência cultural.

Nesse panorama, as relações estabelecidas em dispositivos móveis e redes sociais, a partir desses diferentes interesses culturais, por exemplo, têm se constituído em uma potência comercial sob os olhos das megacorporações do entretenimento digital, para quem o consumo de uma interatividade como fetiche persiste como elemento de construção de perfis identitários – quando a experiência vivida é transformada em *status* – e isso se faz sem grandes recusas por parte do público usuário, já que pouca contestação é feita, como inferimos pelas notícias analisadas. Apesar disso, ativistas existem e resistem contra a colonização da *internet* e a privatização da informação – por parte das megacorporações do entretenimento que se constituem e enriquecem por monopólios no terreno do digital – e seguem em defesa de tornar a rede um espaço livre e aberto.

A ideia de propriedade, no que se refere à música, tornou-se relativamente sem lugar nos últimos discursos (cronológicos) do *GI*, sendo substituída pela ideia de serviço pago, que garante, em alguma medida, relações de consumo mais duradouras do que o modelo anterior, de produção material. O *acesso* e não a *posse* parece ter se tornado o centro das relações

comerciais e ele pode facilmente ser estendido a inúmeras experiências culturais da atualidade, produzindo o que Rifkin (2001) denomina de indústria da experiência, como a próxima fase do sistema capitalista.

Entre as possíveis contribuições deste trabalho para o campo de Estudos do Lazer, destacamos os diferentes olhares sob um mesmo fenômeno. A pirataria digital pode ser interpretada pelo viés da criminalização, como também pode ser descrita pelo viés do consumo hedônico sem qualquer fim lucrativo. Observou-se um grande esforço discursivo em propagar o *download* de música como atividade de lazer sob o signo da venda, reduzindo, no conjunto, outras possibilidades de acesso, troca e partilha. Importante destacar que as atividades de lazer também possuem uma racionalidade inversa às atividades econômicas, pois, muitas vezes, as atividades de lazer não são produtoras, mas consumidoras de tempo disponível, visam não a ganhar tempo, mas a despendê-lo. As categorias de racionalidade instrumental, tais como eficácia, rendimento, desempenho, por vezes, são inaplicáveis às atividades de lazer como o entendemos e, aplicando, pervertem seu caráter.

Nesse sentido, concordamos com Gorz (2005) quando esse afirma que a fronteira entre o que separa o que ocorre fora do trabalho com aquilo que ocorre dentro do trabalho parece apagar-se, não porque mobilizem as mesmas competências, mas porque se reduziram aos cálculos econômicos ou à busca da distinção por *status*. Quando o tempo do trabalho, da racionalidade instrumental, como vimos, confunde-se com o tempo de não trabalho, nestas circunstâncias, produz-se certo “virtuosismo servil” (PIRES, 2009) e, dessa forma, o sujeito muda a relação com a produção e consigo mesmo, pois ambos se confundem entre si, resignificando o próprio tempo.

Por fim, este trabalho sugere uma agenda para o campo de Estudos do Lazer. Apontamos a necessária análise das disputas em torno da cultura no âmbito digital como uma das tarefas fundamentais deste século. Reconhecemos o papel do governo em assegurar o direito de acesso e produção nas redes – sejam elas do espaço geográfico ou ciberespaço – pelas quais os seres humanos se comunicam, interagem e constituem a cultura, mas isso não se faz sem luta, sem engajamento. Sabemos que não se pode ser verdadeiramente livre se não podemos compartilhar o que temos e o que queremos com quem e quando quisermos, pois isso acarretaria a perda de liberdade como nosso direito.

Nesse sentido, a cultura é um campo de batalha. Ela é o contexto que dá parâmetros para a realização de determinada prática comunicativa, sendo essa marcada pela ação dos sujeitos – suas escolhas e posicionamentos – que fazem o lugar de atualização e reprodução da cultura, conforme nos lembra Veiga (2014), e, conseqüentemente, também de sua

renovação. A ordem social não é ameaçada, negociada ou mantida coesa exclusivamente no local de trabalho, mas também na esfera do lazer, onde interesses são contestados ou reafirmados. O direito ao lazer – que não seja o instrumental, da eficácia, do rendimento e desempenho – permanece como uma esfera de luta social, cultural e política. Conquistar o “tempo livre” em plena era da acumulação flexível, das desregulamentações, das terceirizações, das precarizações, do desemprego estrutural e do culto ao mercado permanece como utopia, enquanto projeto a perseguir. Concordamos com Gorz, que cita o final do Manifesto Comunista: “o desenvolvimento do outro é também condição do desenvolvimento próprio” (GORZ, 2005, p. 67). Nesse sentido, observamos que a inspiração em busca desta utopia pode repousar, por exemplo, considerando o contexto digital, na ética e estética *hacker* e no movimento do Software Livre, já que, segundo Rifkin, “tornamo-nos verdadeiramente humanos ao nos divertimos uns com os outros” (RIFKIN, 2001, p. 216) e essas manifestações preservam, ainda, características – valores e princípios – de um lazer a ser conquistado.

REFERÊNCIAS

1 Referências das notícias em formato eletrônico publicadas no portal de notícias *GI*

ACORDO entre Universal e Virgin prevê desconectar quem fizer download ilegal. *GI*, Rio de Janeiro, 16 de jun. 2009. Disponível em: <<http://g1.globo.com/Noticias/Tecnologia/0,,MUL1197007-6174,00-ACORDO+ENTRE+UNIVERSAL+E+VIRGIN+PREVE+DESCONECTAR+QUEM+FIZER+DOWNLOAD+ILEGA.html>>. Acesso em: 10 mar. 2014.

ÁLBUM-TRIBUTO a David Bowie terá Carla Bruni, Duran Duran e John Frusciante. *GI*, Rio de Janeiro, 4 jan. 2010. Disponível em: <<http://g1.globo.com/Noticias/Musica/0,,MUL1433691-7085,00-ALBUMTRIBUTO+A+DAVID+BOWIE+TERA+CARLA+BRUNI+DURAN+DURAN+E+JOHN+FRUSCIANTE.html>>. Acesso em: 13 nov 2015.

ÁLBUNS de Michael Jackson lideram listas dos sites de download ilegal. *GI*, Rio de Janeiro, 26 jun. 2009. Disponível em: <<http://g1.globo.com/Noticias/Musica/0,,MUL1209289-7085,00-ALBUNS+DE+MICHAEL+JACKSON+LIDERAM+LISTAS+DOS+SITES+DE+DOWNLOAD+ILEGAL.html>>. Acesso em: 28 abr. 2014.

AMAZON lança serviço que converte músicas de discos de vinil para MP3. *GI*, São Paulo, 3 abr. 2013. Disponível em: <<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2013/04/amazon-lanca-servico-que-converte-musicas-de-discos-de-vinil-para-mp3.html>> Acesso em: 14 nov. 2015.

APPLE confirma expectativas e lança telefone com iPod. *GI*, [s.l.], 9 jan. 2007. Disponível em: <<http://g1.globo.com/Noticias/Tecnologia/0,,AA1413950-6174,00.html>>. Acesso em: 7 out. 2015.

ASSIS, Diego. Marcelo Camelo lança 2º disco e desafia “olhar Pokémon” sobre a arte. *GI*, Rio de Janeiro, 7 abr. 2011. Disponível em: <<http://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2011/04/marcelo-camelo-lanca-2-disco-e-desafia-olhar-pokemon-sobre-arte.html>>. Acesso em: 2 ago. 2015.

ASSIS, Diego. Músicos transformam Weezer, Daft Punk e até Miles Davis em 'trilha de videogame'. *GI*, São Paulo, 31 jul. 2009. Disponível em: <<http://g1.globo.com/Noticias/PopArte/0,,MUL1249577-7084,00-MUSICOS+TRANSFORMAM+WEEZER+DAFT+PUNK+E+ATE+MILES+DAVIS+EM+TRILHA+DE+VIDEOGA.html>>. Acesso em: 17 fev. 2015.

AVÓ é multada em US\$650 por baixar 3.000 canções na internet. *GI*, [s.l.]; AFP, Montauban (França), 9 mar. 2007. Disponível em: <<http://g1.globo.com/Noticias/PlanetaBizarro/>>

0,,MUL10216-6091,00-AVO+E+MULTADA+EM+US+POR+BAIXAR+CANCOES+NA+INTERNET.html>. Acesso em: 28 abr. 2014.

BLOGS monitoram novidades e servem de baú para raridades. *GI*, São Paulo, 18 dez. 2006. Disponível em: <<http://g1.globo.com/Noticias/Musica/0,,AA1389601-7085,00.html>>. Acesso em: 7 out. 2015.

BOB Dylan se apresenta na China e abre as portas para outros artistas. *GI*; France Presse, [s.l.], 4 abr. 2011. Disponível em: <<http://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2011/04/bob-dylan-se-apresenta-na-china-e-abre-as-portas-para-outros-artistas.html>>. Acesso em: 13 nov. 2015.

BRASIL é 5º país em download ilegal de músicas; conheça os mais pirateados. *BBC*, [s.l.], 18 set. 2012. Disponível em: <http://www.bbc.com/portuguese/noticias/2012/09/120918_pirataria_musica_cc.shtml>. Acesso em: 1 ago. 2013.

BRITÂNICOS pressionam provedores de internet contra downloads 'ilegais'. *GI*; Reuters, [s.l.], 22 fev. 2008. Disponível em: <<http://g1.globo.com/Noticias/Tecnologia/0,,MUL309917-6174,00-BRITANICOS+PRESSIONAM+PROVEDORES+DE+INTERNET+CONTRA+DOWNLOADS+ILEGAIS.html>>. Acesso em: 3 ago. 2015.

BRUNO, Elias. Forrozeiras do Ceará deixam banda e apostam no 'pé de serra jovem'. *GI*, Ceará. 27 mar. 2012. Disponível em: <<http://g1.globo.com/ceara/noticia/2012/03/forrozeiras-do-ceara-deixam-banda-e-apostam-no-pe-de-serra-jovem.html>>. Acesso em: 7 out 2015.

CANADENSE recria álbum clássico do Pink Floyd em versão 8 bits. *GI*, Rio de Janeiro, 30 março 2010. Disponível em: <<http://g1.globo.com/Noticias/Games/0,,MUL1552720-9666,00.html>>. Acesso em: 17 fev. 2015.

CANTOR do Radiohead vai lançar duas músicas inéditas. *GI*, São Paulo, 3 set. 2009. Disponível em: <<http://g1.globo.com/Noticias/Musica/0,,MUL1291899-7085,00-CANTOR+DO+RADIOHEAD+VAI+LANCAR+DUAS+MUSICAS+INEDITAS.html>>. Acesso em: 13 nov. 2015.

CARPANEZ, Juliana. Operação da PF contra pirataria prende 7 pessoas em 4 Estados. *GI*, São Paulo, 1 jul. 2008. Disponível em: <<http://g1.globo.com/Noticias/Tecnologia/0,,MUL632164-6174,00.html>>. Acesso em: 31 jul. 2015.

CARPANEZ, Juliana; SUZUKI, Shin Oliva. MySpace fecha acordo com gravadoras para concorrer com iTunes. *GI*, São Paulo, 3 abr. 2008. Disponível em: <<http://g1.globo.com/Noticias/Tecnologia/0,,MUL386617-6174,00-MYSPACE+FECHA+>

ACORDO+AMBICIOSO+COM+GRAVADORAS+PARA+CONCORRER+COM+ITUNES.html>. Acesso em: 15 nov. 2015.

CISCO diz que pode melhorar relação entre tecnologia e música. *GI*; Reuters, [s.l.], 13 ago. 2009. Disponível em: <<http://g1.globo.com/Noticias/Tecnologia/0,,MUL1265653-6174,00-CISCO+DIZ+QUE+PODE+MELHORAR+RELACAO+ENTRE+TECNOLOGIA+E+MUSICA.html>>. Acesso em: 2 ago. 2015.

COM 25 BILHÕES de músicas baixadas, iTunes quebra recorde para a Apple. *GI*, [s.l.], 6 fev. 2013. Disponível em: <<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2013/02/com-25-bilhoes-de-musicas-baixadas-itunes-quebra-recorde-para-apple.html>>. Acesso em: 14 nov. 2015.

'CONHECIMENTO não é propriedade', defende sueco do Partido Pirata. *GI*, Rio Grande do Sul, 26 jul. 2007. Disponível em: <<http://g1.globo.com/rs/rio-grande-do-sul/noticia/2012/07/conhecimento-nao-e-propriedade-defende-sueco-do-partido-pirata.html>> Acesso em: 20 mai. 2016.

CORTE sueca diz que juiz do caso Pirate Bay não foi tendencioso. *GI*; Reuters, [s.l.], 25 jun. 2009. Disponível em: <http://g1.globo.com/Noticias/Tecnologia/0,,MUL1207599-6174,00-CORTE+SUECA+DIZ+QUE+JUIZ+DO+CASO+PIRATE+BAY+NAO+FOI+TENDENCIOSO.html> Acesso em: 1 ago. 2015. 28 abr. 2014.

CPI do ECAD levanta suspeita de crimes. *Correio do Estado*; Agência Brasil, [s.l.], 12 out. 2011. Disponível em: <http://www.correiodoestado.com.br/noticias/cpi-do-ecadlevanta-suspeitas-de-crimes_128087/> Acesso em: 23 março de 2012.

DELL testa tocador de música para concorrer com iPod, diz jornal. *GI*; Reuters, [s.l.], 30 jul. 2008. Disponível em: <<http://g1.globo.com/Noticias/Tecnologia/0,,MUL706209-6174,00-DELL+TESTA+TOCADOR+DE+MUSICA+PARA+CONCORRER+COM+IPOD+DIZ+JORNAL.html>>. Acesso em: 15 nov. 2015.

DEMETRIO, Amanda. Contrato com Apple diz que MP3 não vira 'herança', afirma advogado. *GI*, São Paulo, 3 set. 2012. Disponível em: <<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2012/09/contrato-com-apple-diz-que-mp3-nao-vira-heranca-afirma-advogado.html>>. Acesso em: 2 ago. 2015.

DEMETRIO, Amanda. Preços da iTunes Store no Brasil serão em reais em 2012, diz executivo. *GI*, São Paulo, 13 dez. 2011. Disponível em: <<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2011/12/precos-da-itunes-store-no-brasil-serao-em-reais-em-2012-diz-executivo.html>>. Acesso em: 7 out. 2015.

DJS BRASILEIROS participam de coletânea de Moby. *GI*, São Paulo, 23 mar. 2010. Disponível em: <<http://g1.globo.com/Noticias/Musica/0,,MUL1541415-7085,00-DJS+BRASILEIROS+PARTICIPAM+DE+COLETANEA+DE+MOBY.html>>. Acesso em: 21 fev. 2015.

DOWNLOAD dá multa de R\$ 400 mil nos EUA. *GI*, [s.l.], 5 de out. 2007. Disponível em: <<http://g1.globo.com/Noticias/Tecnologia/0,,MUL145087-6174,00.html>>. Acesso em: 4 mar. 2014.

ELTON John diz que a internet deveria ser ‘fechada’. *GI*, São Paulo, 1 ago. 2007. Disponível em: <<http://g1.globo.com/Noticias/Musica/0,,MUL81315-7085,00.html>>. Acesso em: 3 ago. 2015.

EM 2005, 1,1 bilhão de downloads ilegais foram feitos no Brasil. *GI*, Rio de Janeiro, 17 out. 2006. Disponível em: <<http://g1.globo.com/Noticias/Rio/0,,AA1314168-5606,00.html>>. Acesso em: 30 jul. 2015.

EMI se une a site de buscas chinês após perder ação na Justiça. *GI*; EFE, Xangai, 17 jan. 2007. Disponível em: <<http://g1.globo.com/Noticias/Mundo/0,,AA1423574-5602,00-EMI+SE+UNE+A+SITE+DE+BUSCAS+CHINES+APOS+PERDER+ACAO+NA+JUSTIC+A.html>>. Acesso em: 15 set. 2013.

ENTREVISTA transformada em música vira sucesso no iTunes. *GI*, São Paulo, 1 set. 2010. Disponível em: <<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2010/09/entrevista-transformada-em-musica-vira-sucesso-no-itunes.html>>. Acesso em: 21 fev. 2015.

ESCOLA indiana bloqueia web para ‘melhorar vida’ de estudantes. *GI*; Reuters, [s.l.], 12 mar. 2007. Disponível em: <<http://g1.globo.com/Noticias/Tecnologia/0,,AA1485143-6174,00-ESCOLA+INDIANA+BLOQUEIA+WEB+PARA+MELHORAR+VIDA+DE+ESTUDANTES.html>>. Acesso em: 06 out. 2015.

ESPANHA aprova lei contra o download de conteúdo protegido. *GI*; Reuters, [s.l.], 2 jan. 2012. Disponível em: <<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2012/01/espanha-aprova-lei-antidownload-de-conteudo-protegido.html>>. Acesso em: 3 ago. 2015.

ESTUDANTE é processado por gravadoras por fazer download ilegal de músicas. *GI*, Rio de Janeiro, 30 jul. 2009. Disponível em: <<http://g1.globo.com/Noticias/Tecnologia/0,,MUL1248928-6174,00-ESTUDANTE+E+PROCESSADO+POR+GRAVADORAS+POR+FAZER+DOWNLOAD+ILEGAL+DE+MUSICAS.html>>. Acesso em: 28 abr. 2014.

EUA: mulher é condenada a pagar US\$ 1,5 mi por baixar música. *GI*, Rio de Janeiro; France Presse, Washington, 4 nov. 2010. Disponível em: <<http://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2010/11/eua-mulher-e-condenada-a-pagar-us-15-mi-por-baixar-musica.html>>. Acesso em: 1 ago. 2013.

EUA obrigam estudante a destruir músicas baixadas ilegalmente. *GI*, [s.l.], 8 dez. 2009. Disponível em: <<http://g1.globo.com/Noticias/Tecnologia/0,,MUL1407280-6174,00-EUA+OBRIGAM+ESTUDANTE+A+DESTRUIR+MUSICAS+BAIXADAS+ILEGALMENTE.html>>. Acesso em: 28 abr. 2014.

FAMÍLIA acusada de pirataria faz acordo de US\$ 7 mil com gravadoras. *GI*, São Paulo, 29 abr. 2009. Disponível em: <<http://g1.globo.com/Noticias/Tecnologia/0,,MUL1102574-6174,00-FAMILIA+ACUSADA+DE+PIRATARIA+FAZ+ACORDO+DE+US+MIL+COM+GRAVADORAS.html>>. Acesso em: 28 abr. 2014.

FRANCÊS é condenado por download ilegal. *GI*, São Paulo, 6 de jul. 2009. Disponível em: <<http://g1.globo.com/Noticias/Tecnologia/0,,MUL1220001-6174,00-FRANCES+E+CONDENADO+POR+DOWNLOAD+ILEGAL.html>>. Acesso em: 28 abr. 2014.

GIRL Talk libera íntegra do novo disco para download gratuito. *GI*, São Paulo, 15 nov. 2010. Disponível em: <<http://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2010/11/girl-talk-libera-integra-do-novo-disco-para-download-gratuito.html>>. Acesso em: 22 fev. 2015.

GLORIA apresenta 'rock pesado' de novo CD em Brasília neste sábado. *GI*, Distrito Federal, 18 ago. 2012. Disponível em: <<http://g1.globo.com/distrito-federal/noticia/2012/08/gloria-apresenta-rock-pesado-de-novo-cd-em-brasilia-neste-sabado.html>>. Acesso em: 7 out. 2015.

GOOGLE lança sua loja de música virtual nos EUA. *GI*; EFE, Los Angeles, 17 nov. 2011. Disponível em: <<http://g1.globo.com/mundo/noticia/2011/11/google-lanca-sua-loja-de-musica-virtual-nos-eua.html>>. Acesso em: 7 out 2015.

GOOGLE anuncia loja de músicas oito anos depois de lançamento da Apple. *GI*; Reuters, [s.l.], 16 nov. 2011. Disponível em: <<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2011/11/google-anuncia-loja-de-musicas-oito-anos-depois-de-lancamento-da-apple.html>>. Acesso em: 7 out. 2015.

GOOGLE lança serviço de download gratuito na China. *GI*, 7 ago. 2008. Disponível em: <<http://g1.globo.com/Noticias/Tecnologia/0,,MUL714763-6174,00-GOOGLE+LANCA+SERVICO+DE+DOWNLOAD+GRATUITO+NA+CHINA.html>>. Acesso em: 13 nov. 2015.

GOOGLE planeja acordo para oferecer download grátis na China. *GI*; Reuters, [s.l.], 6 fev. 2008. Disponível em: <<http://g1.globo.com/Noticias/Tecnologia/0,,MUL288560-6174,00-GOOGLE+PLANEJA+ACORDO+PARA+OFERECER+DOWNLOAD+GRATIS+NA+CHINA.html>>. Acesso em: 13 nov. 2015.

GOVERNO britânico quer expulsar da web quem faz download ilegal. *G1*, 12 fev. 2008. Disponível em: <<http://g1.globo.com/Noticias/Tecnologia/0,,MUL295586-6174,00-GOVERNO+BRITANICO+QUER+EXPULSAR+DA+WEB+QUEM+FAZ+DOWNLOAD+ILEGAL.html>>. Acesso em: 3 ago. 2015.

GOVERNO da Suíça decide que download de música não é ilegal, *O. GI*, São Paulo, 2 dez. 2011. Disponível em: <<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2011/12/governo-da-suica-decide-que-download-de-musica-nao-e-ilegal.html>>. Acesso em: 28 abr. 2014.

GOVERNO dos EUA fecha Megaupload e prende seu fundador. *GI*; Associated Press, [s.l.], 19 jan. 2012. Disponível em: <<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2012/01/governo-dos-eua-fecha-megaupload-e-prende-seu-fundador.html>>. Acesso em: 28 abr. 2014.

GRAVADORAS americanas jogam a toalha contra pirataria. *GI*; France Presse, [s.l.], 20 dez. 2008. Disponível em: <<http://g1.globo.com/Noticias/PopArte/0,,MUL930427-7084,00-GRAVADORAS+AMERICANAS+JOGAM+A+TOALHA+CONTRA+PIRATARIA.html>>. Acesso em: 1 ago. 2015.

GRAVADORAS buscam novos modelos de negócios para ampliar vendas. *GI*; Reuters, [s.l.], 18 set. 2007. Disponível em: <<http://g1.globo.com/Noticias/Musica/0,,MUL106392-7085,00-GRAVADORAS+BUSCAM+NOVOS+MODELOS+DE+NEGOCIOS+PARA+AMPLIAR+VENDAS.html>>. Acesso em: 2 ago. 2015.

GRAVADORAS obtêm decisão inédita contra troca de arquivos no Brasil. *GI*, Rio de Janeiro, 18 set. 2009. Disponível em: <<http://g1.globo.com/Noticias/Tecnologia/0,,MUL1309833-6174,00-GRAVADORAS+OBTEM+DECISAO+INEDITA+CONTRA+TROCA+DE+ARQUIVOS+NO+BRASIL.html>>. Acesso em: 31 jul. 2015.

GRUPO Allman Brothers processa Universal por royalties digitais. *GI*; Reuters, 12 ago. 2008. Disponível em: <<http://g1.globo.com/Noticias/Musica/0,,MUL721028-7085,00-GRUPO+ALLMAN+BROTHERS+PROCESSA+UNIVERSAL+POR+ROYALTIES+DIGIT AIS.html>>. Acesso em: 3 ago. 2015.

GRUPO antipirataria diz 'acompanhar' comunidade musical no Orkut. *GI*, São Paulo, 16 mar. 2009. Disponível em: <<http://g1.globo.com/Noticias/Tecnologia/0,,MUL1044721-6174,00-GRUPO+ANTIPIRATARIA+DIZ+ACOMPANHAR+COMUNIDADE+MUSICAL+NO+ORKUT.html>>. Acesso em: 6 out. 2015.

HOLTON, Kate. Indústria da música precisa abraçar Internet. *GI*, São Paulo; Heuters, Cannes (França), 19 jan. 2009. Disponível em: <<http://g1.globo.com/Noticias/Tecnologia/0,,MUL962554-6174,00-ANALISEINDUSTRIA+DA+MUSICA+PRECISA+ABRACAR+INTERNET.html>>. Acesso em: 14 set. 2013.

HOLTON, Kate. Gravadoras iniciam mais 8000 ações contra downloads ilegais. *GI*, São Paulo; Heuters, Londres, 17 out. 2006. Disponível em: <<http://g1.globo.com/Noticias/Tecnologia/0,,AA1313504-6174,00-GRAVADORAS+INICIAM+MAIS+ACOES+CONTRA+DOWNLOADS+ILEGAIS.html>>. Acesso em: 31 jul. 2015.

INTERNAUTA é detido por permitir download de inéditas do Guns N'Roses. *GI*, Rio de Janeiro; EFE, Los Angeles, 27 ago. 2008. Disponível em: <<http://g1.globo.com/Noticias/Mundo/0,,MUL739008-5602,00-INTERNAUTA+E+DETIDO+POR+PERMITIR+DOWNLOAD+DE+INEDITAS+DO+GUNS+NROSES.html>>. Acesso em: 31 jul. 2015.

JOGOS musicais turbinam indústria dos videogames. *GI*; Reuters, [s.l.], 17 dez. 2007. Disponível em: <<http://g1.globo.com/Noticias/Tecnologia/0,,MUL223024-6174,00-JOGOS+MUSICAIS+TURBINAM+INDUSTRIA+DOS+VIDEOGAMES.html>>. Acesso em: 15 set. 2013.

JORGE Drexler idealiza aplicativo para público editar suas canções. *GI*; EFE, Madri, 29 nov. 2012. Disponível em: <<http://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2012/11/jorge-drexler-idealiza-aplicativo-para-publico-editar-suas-cancoes.html>>. Acesso em: 17 fev. 2015.

JUIZ fecha serviço de compartilhamento de música Limewire. *GI*; Reuters, [s.l.], 26 out. 2010. Disponível em: <g1.globo.com/tecnologia/noticia/2010/10/juiz-fecha-servico-de-compartilhamento-de-musica-limewire.html>. Acesso em: 31 jul. 2015.

JUSTIÇA do Canadá derruba direitos por download musical. *GI*; Reuters, [s.l.], 12 jul. 2012. Disponível em: <<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2012/07/justica-do-canada-derruba-direitos-por-download-musical.html>>. Acesso em: 2 ago. 2015.

JUSTIÇA realiza primeira condenação por venda ilegal de música via web no Brasil. *GI*, São Paulo, 20 fev. 2008. Disponível em: <<http://g1.globo.com/Noticias/Tecnologia/0,,MUL306641-6174,00-JUSTICA+REALIZA+PRIMEIRA+CONDENACAO+POR+VENDA+ONLINE+ILEGAL+DE+MUSICA+NO+BR.html>>. Acesso em: 31 jul. 2015.

JUSTIÇA sueca condena diretores do site Pirate Bay à prisão. *GI*, [s.l.], 17 abr. 2009. Disponível em: <<http://g1.globo.com/Noticias/Tecnologia/0,,MUL1088598-6174,00->

JUSTICA+SUECA+CONDENA+DIRETORES+DO+SITE+PIRATE+BAY+A+PRISAO.html>. Acesso em: 28 abr. 2014.

LEITE, Isabela. Avião de caça em praça vira cenário de gravação do viral 'Harlem shake'. *GI*, Campinas, 25 fev. 2013. Disponível em: <<http://g1.globo.com/sp/campinas-regiao/noticia/2013/02/aviao-de-caca-em-praca-vira-cenario-de-gravacao-do-viral-harlem-shake.html>>. Acesso em: 16 fev. 2015.

LOUREIRO, Cláudia. Campanha Internacional contra a pirataria começa no Rio. *GI*, Rio de Janeiro, 17 out. 2006. Disponível em: <<http://g1.globo.com/Noticias/Rio/0,,AA1313396-5606,00.html>>. Acesso em: 1 ago. 2013.

LUAN Santana dança ao som de “Harlem Shake”. *GI*, São Paulo, 8 mar. 2013. Disponível em: <<http://g1.globo.com/musica/noticia/2013/03/luan-santana-danca-ao-som-de-harlem-shake-veja-video.html>>. Acesso em: 16 fev. 2015.

LULA vê censura em projeto de lei que endurece penas a crimes cibernéticos. *GI*, [s.l.], 26 jun. 2009. Disponível em: <<http://g1.globo.com/Noticias/Tecnologia/0,,MUL1209777-6174,00->

LULA+VE+CENSURA+EM+PROJETO+DE+LEI+QUE+ENDURECE+PENAS+A+CRIMES+CIBERNETICOS.html>. Acesso em: 3 ago. 2015.

MACHADO, Livia. Quero ser pirateado, dizem artistas como Emicida e Gaby Amarantos. *GI*, São Paulo, 2 jan 2012. Disponível em: <<http://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2012/01/quero-ser-pirateado-dizem-artistas-como-emicida-e-gaby-amarantos.html>>. Acesso em: 15 mar. 2015.

MERCADO de música online cresce 25%, mas pirataria segue forte. *GI*; Reuters, [s.l.], 16 jan. 2009. Disponível em: <<http://g1.globo.com/Noticias/Tecnologia/0,,MUL958853-6174,00->

MERCADO+DE+MUSICA+ONLINE+CRESCHE+MAS+PIRATARIA+SEGUE+FORTE.html>. Acesso em: 15 nov. 2015.

MESMO sem inovações, iPhone estimula tráfego na web. *GI*; Reuters, [s.l.], 21 jan. 2008. Disponível em: <<http://g1.globo.com/Noticias/Tecnologia/0,,MUL268141-6174,00-MESMO+SEM+INOVACOES+IPHONE+ESTIMULA+TRAFEGO+NA+WEB.html>>. Acesso em: 7 out. 2015.

MICROSOFT lança serviço Xbox Music, para concorrer com Apple. *GI*; Reuters, [s.l.], 15 out. 2012. Disponível em: <<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2012/10/microsoft-lanca-servico-xbox-music-para-concorrer-com-apple.html>>. Acesso em: 15 nov. 2015.

MIDEM: profissionais da música esperam milagres do digital. 19 jan 2007. Disponível em: <http://g1.globo.com/Noticias/PopArte/0,,AA1427248-7084,00-MIDEM+PROFISSIONAIS+DA+MUSICA+ESPERAM+MILAGRES+DO+DIGITAL.html> Acesso em: 13 nov 2015.

MILITANTES pró-pirataria atacam sites das indústrias de filme e música. *GI*; BBC, [s.l.], 20 set. 2010. Disponível em: <http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2010/09/militantes-pro-pirataria-atacam-sites-das-industrias-de-filme-e-musica.html>. Acesso em 31 jul. 2015.

MILLER, Gustavo; VINÍCIUS, Marcos. Jovens fazem sucesso no YouTube e ganham dinheiro com 'funk do bem'. *GI*, São Paulo, 10 jun. 2011. Disponível em: <http://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2011/06/jovens-fazem-sucesso-no-youtube-e-ganham-dinheiro-com-funk-do-bem.html>. Acesso em: 21 fev. 2015.

MURARO, Cauê. Tecnobrega do Strokes é bom, diz Gaby Amarantos sobre música. *GI*, São Paulo, 25 jan. 2013. Disponível em: <http://g1.globo.com/musica/noticia/2013/01/tecnobrega-do-strokes-e-bom-diz-gaby-amarantos-sobre-musica.html>. Acesso em: 15 mar. 2015.

MÚSICA on-line vai movimentar US\$ 6,3 bilhões em 2011, diz Gartner. *GI*; Valor Online, [s.l.], 8 nov. 2011. Disponível em: <http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2011/11/musica-line-vai-movimentar-us-63-bilhoes-em-2011-diz-gartner.html>. Acesso em: 13 nov. 2015.

MULHER pagará US\$ 1,9 milhão por baixar música da internet. *GI*; France Presse, [s.l.], 19 jun. 2009. Disponível em: <http://g1.globo.com/Noticias/PopArte/0,,MUL1199972-7084,00-MULHER+PAGARA+US+MILHAO+POR+BAIXAR+MUSICA+DA+INTERNET.html>. Acesso em: 28 abr. 2014.

NAPSTER corta preços para fazer frente ao iTunes, da Apple. *G1*, Reuters, [s.l.], 18 maio 2009. Disponível em: <http://g1.globo.com/Noticias/Tecnologia/0,,MUL1158635-6174,00-NAPSTER+CORTA+PRECOS+PARA+FAZER+FRENTE+AO+ITUNES+DA+APPLE.html>. Acesso em: 15 nov 2015.

NENO, Mylène. Software livre incentiva produção musical. *GI*; Baixatudo, Rio de Janeiro, 4 jun. 2007. Disponível em: <http://g1.globo.com/Noticias/Tecnologia/0,,MUL46957-6174,00-SOFTWARE+LIVRE+INCENTIVA+PRODUCAO+MUSICAL.html>. Acesso em: 17 fev. 2015.

NOGUEIRA, Lígia. “É quase proibido questionar a internet” diz Fred Zero Quatro. *GI*, São Paulo, 27 set. 2009. Disponível em: <http://g1.globo.com/Noticias/Musica/0,,MUL1317603-7085,00-E+QUASE+PROIBIDO+QUESTIONAR+A+INTERNET+DIZ+FRED+ZERO+QUATRO.html>. Acesso em: 1 ago. 2015.

NOGUEIRA, Lígia. New Rave Kids on the Block engrossa cena da ‘música feita em casa’. *GI*, São Paulo, 20 dez. 2007. Disponível em: <<http://g1.globo.com/Noticias/Musica/0,,MUL233302-7085,00-NEW+RAVE+KIDS+ON+THE+BLOCK+ENGRASSA+CENA+DA+MUSICA+FEITA+EM+CASA.html>>. Acesso em: 21 fev. 2015.

NOGUEIRA, Lígia. Artista novo não ganha dinheiro com CD, diz banda patrocinada pelo Pirate Bay. *GI*, São Paulo, 14 nov. 2007. Disponível em: <<http://g1.globo.com/Noticias/Musica/0,,MUL179794-7085,00-ARTISTA+NOVO+NAO+GANHA+DINHEIRO+COM+CD+DIZ+BANDA+PATROCINADA+PELO+PIRATE+BA.html>>. Acesso em: 2 ago. 2015.

NOGUEIRA, Lígia. Guia do download de música para iniciantes. *GI*, São Paulo, 16 fev. 2007a. Disponível em: <<http://g1.globo.com/Noticias/Musica/0,,MUL6044-7085,00-GUIA+DO+DOWNLOAD+DE+MUSICA+PARA+INICIANTE.html>>. Acesso em: 6 out. 2015.

NOGUEIRA, Lígia. Guia do download: blogs servem MP3 à la carte. *GI*, São Paulo, 16 fev. 2007b. Disponível em: <<http://g1.globo.com/Noticias/Musica/0,,MUL6039-7085,00-GUIA+DO+DOWNLOAD+BLOGS+SERVEM+MP+A+LA+CARTE.html>>. Acesso em: 6 out. 2015.

NOGUEIRA, Lígia. Guia do download: o que são redes P2P. *GI*, São Paulo, 16 fev. 2007c. Disponível em: <<http://g1.globo.com/Noticias/Musica/0,,MUL6042-7085,00-GUIA+DO+DOWNLOAD+O+QUE+SAO+REDES+PP.html>>. Acesso em: 06 out. 2015.

NOGUEIRA, Lígia. Campeão do download, Fresno vê lado bom de ser chamado de emo. *GI*, São Paulo, 11 jan. 2007. Disponível em: <http://g1.globo.com/Noticias/Musica/0,,AA1415842-7085,00-CAMPEAO+DO+DOWNLOAD+FRESNO+VE+LADO+BOM+DE+SER+CHAMADO+DE+EMO.html>>. Acesso em: 20 maio 2016.

NORTE-AMERICANOS preferem videogame a cinema, indica pesquisa. *GI*, São Paulo, 21 maio 2009. Disponível em: <<http://g1.globo.com/Noticias/Games/0,,MUL1162513-9666,00-NORTEAMERICANOS+PREFEREM+VIDEOGAME+A+CINEMA+INDICA+PESQUISA.html>>. Acesso em: 15 nov. 2015.

NOVOS aparelhos ‘tablet’ surgem na CES 2010 e mercado aguarda Apple. *GI*; Reuters, [s.l.], 8 jan. 2010. Disponível em: <<http://g1.globo.com/Noticias/Tecnologia/0,,MUL1439323-6174,00-NOVOS+APARELHOS+TABLET+SURGEM+NA+CES+E+MERCADO+AGUARDA+APPLE.html>>. Acesso em: 9 nov. 2015.

O GOVERNO da Suíça decide que download de música não é ilegal. *G1*, São Paulo, 2 dez. 2011. Disponível em: <<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2011/12/governo-da-suica-decide-que-download-de-musica-nao-e-ilegal.html>>. Acesso em: 28 abr. 2014.

ORTEGA, Rodrigo. Deadmau5 no Lolla tem remix rock, 'cosplay' e 'enfermeira maluca'. *G1*, São Paulo, 29 mar. 2013. Disponível em: <<http://g1.globo.com/musica/lollapalooza/2013/noticia/2013/03/deadmau5-no-lolla-tem-remix-rock-cosplay-e-enfermeira-maluca.html>>. Acesso em: 21 fev. 2015.

ORTEGA, Rodrigo. Discos mais baratos e curtos, EPs ganham força no mercado do Brasil. *G1*, São Paulo, 10 jan. 2013. Disponível em: <<http://g1.globo.com/musica/noticia/2013/01/discos-mais-baratos-e-curtos-eps-ganham-forca-no-mercado-do-brasil.html>>. Acesso em: 13 nov. 2015.

“OS SIMPSONS” dançam ao som de “Harlem Shake”. *G1*, São Paulo, 4 mar. 2013. Disponível em: <<http://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2013/03/os-simpsons-dancam-ao-som-de-harlem-shake-veja.html>>. Acesso em: 16 fev. 2015.

PETRÓ, Gustavo; BENTRANO, Laura. iPod faz 10 anos, veja o que o tocador mudou na indústria da música. *G1*, São Paulo, 21 out. 2011. Disponível em: <<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2011/10/ipod-faz-10-anos-veja-o-que-o-tocador-mudou-na-industria-da-musica.html>>. Acesso em: 7 out. 2015.

PF REALIZA operação para combater pirataria na internet. *G1*, São Paulo, 1 jul. 2008. Disponível em: <<http://g1.globo.com/Noticias/Tecnologia/0,,MUL631443-6174,00-PF+REALIZA+OPERACAO+PARA+COMBATER+PIRATARIA+NA+INTERNET.html>>. Acesso em: 30 jul. 2015.

PHOENIX libera álbum completo na internet para remix. *G1*, Rio de Janeiro, 21 set. 2010. Disponível em: <<http://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2010/09/phoenix-libera-album-completo-na-internet-para-remix.html>>. Acesso em: 21 fev. 2015.

POPULAR site de pirataria 'patrocina' banda de rock sueca. *G1*, São Paulo, nov. 2007. Disponível em: <<http://g1.globo.com/Noticias/Musica/0,,MUL170006-7085,00-POPULAR+SITE+DE+PIRATARIA+PATROCINA+BANDA+DE+ROCK+SUECA.html>>. Acesso em: 20 mai. 2016.

PROVEDORES de internet não devem monitorar usuários, diz UE. *G1*, Reuters, [s.l.], 24 nov. 2011. Disponível em: <<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2011/11/provedores-de-internet-nao-devem-monitorar-usuarios-diz-ue-1.html>>. Acesso em: 20 maio 2016.

QUEM FAZ download ilegal 'gasta mais com música', diz pesquisa. *GI*, Rio de Janeiro, 2 nov. 2009. Disponível em: <<http://g1.globo.com/Noticias/Tecnologia/0,,MUL1363728-6174,00->

QUEM+FAZ+DOWNLOAD+ILEGAL+GASTA+MAIS+COM+MUSICA+DIZ+PESQUIS A.html>. Acesso em: 28 abr. 2014.

RADIOHEAD chama fãs para remixar novo single. *GI*, São Paulo, 1 abr. 2008. Disponível em: <<http://g1.globo.com/Noticias/Musica/0,,MUL384512-7085,00-RADIOHEAD+CHAMA+ FAS+PARA+REMIXAR+NOVO+SINGLE.html>>. Acesso em: 17 fev. 2015.

RECEITA com venda de música volta a subir após 13 anos. *GI*; BBC, [s.l.], 27 fev. 2013. Disponível em: <<http://g1.globo.com/mundo/noticia/2013/02/receita-com-venda-de-musica-volta-a-subir-apos-13-anos.html>>. Acesso em: 15 nov. 2015.

RED Hot Chili Peppers coloca shows em formato digital à venda na internet. *GI*, Rio de Janeiro, 23 nov. 2011. Disponível em: <<http://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2011/11/red-hot-chili-peppers-coloca-shows-em-formato-digital-venda-na-internet.html>> Acesso em: 13 nov. 2015.

REDES de troca de arquivo podem ajudar mercado de música, diz estudo. *G1*, Rio de Janeiro, 14 maio 2009. Disponível em: <<http://g1.globo.com/Noticias/Tecnologia/0,,MUL1125948-6174,00-REDES+DE+TROCA+DE+ARQUIVO+PODEM+AJUDAR+MERCADO+DE+ MUSICA+DIZ+ESTUDO.html>>. Acesso em: 2 ago. 2015.

RITA Lee libera 'Ti ti ti' para remix em seu site oficial. *GI*, Rio de Janeiro, 30 jul. 2010. Disponível em: <<http://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2010/07/rita-lee-disponibiliza-arquivos-multitrack-de-ti-ti-ti-na-internet.html>>. Acesso em: 21 fev 2015.

'ROCK band' e 'Guitar hero' impulsionam a venda de música digital. *GI*; Reuters, [s.l.], 21 jan. 2008. Disponível em: <<http://g1.globo.com/Noticias/Tecnologia/0,,MUL267879-6174,00->

ROCK+BAND+E+GUITAR+HERO+IMPULSIONAM+A+VENDA+DE+MUSICA+DIGIT AL.html>. Acesso em: 15 nov. 2015.

ROHR, Altieres. RapidShare limitará contas gratuitas a 5 GB e apagará arquivos. *GI*, [s.l.], 19 mar. 2013. Disponível em: <<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2013/03/rapidshare-limitara-contas-gratuitas-5-gb-e-apagara-arquivos.html>>. Acesso em: 7 out. 2015.

ROHR, ALTIERES. Site acha 'piratas' de BitTorrent em gravadoras e no governo dos EUA. *GI*, Rio de Janeiro, 27 dez. 2012. Disponível em: <<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2012/12/site-acha-piratas-de-bittorrent-nas-gravadoras-e-no-governo-dos-eua.html>>. Acesso em: 3 ago. 2015.

SAMSUNG enfrenta desafio para fidelizar clientes, dizem analistas. *GI*; Reuters, [s.l.], 6 set. 2012. Disponível em: <<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2012/09/samsung-enfrenta-desafio-para-fidelizar-clientes-de-smartphones.html>>. Acesso em: 15 nov. 2015.

SANDLE, Paul. Smartphones e Facebook ajudam música online a amadurecer. *GI*; Reuters, Paris, 18 jun. 2012. Disponível em: <<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2012/06/smartphones-e-facebook-ajudam-musica-online-a-amadurecer.html>>. Acesso em: 14 nov. 2015.

SENADO francês aprova lei contra download ilegal. *G1*, [s.l.], 13 maio 2009. Disponível em: <<http://g1.globo.com/Noticias/Tecnologia/0,,MUL1124705-6174,00-SENADO+FRANCES+APROVA+LEI+CONTRA+DOWNLOAD+ILEGAL.html>>. Acesso em: 3 ago. 2015.

SERTANÍLIA lança primeiro CD e disponibiliza faixas para download. *GI*, Bahia, 23 set. 2012. Disponível em: <<http://g1.globo.com/bahia/noticia/2012/09/sertanilia-lanca-primeiro-cd-e-disponibiliza-faixas-para-download.html>>. Acesso em: 7 out. 2015.

SHOWS raros de Bob Marley e Jimi Hendrix serão vendidos na web. *GI*; Reuters, [s.l.], 4 jun. 2008. Disponível em: <<http://g1.globo.com/Noticias/PopArte/0,,MUL589047-7084,00-SHOWS+RAROS+DE+BOB+MARLEY+E+JIMI+HENDRIX+SERA+VENDIDOS+NA+WEB.html>> Acesso em: 13 nov. 2015.

SITE russo de pirataria de mp3 será reaberto. *GI*; Reuters, [s.l.], 28 ago. 2007. Disponível em: <<http://g1.globo.com/Noticias/Tecnologia/0,,MUL95093-6174,00-SITE+RUSSO+DE+PIRATARIA+DE+MP+SERA+REABERTO.html>>. Acesso em: 1 ago. 2015.

SITE vai oferecer mais de 25 milhões de músicas gratuitas. *GI*; BBC, [s.l.], 28 jan. 2008. Disponível em: <<http://g1.globo.com/Noticias/Musica/0,,MUL276966-7085,00-SITE+VAI+OFERECER+MAIS+DE+MILHOES+DE+MUSICAS+GRATUITAS.html>>. Acesso em: 13 nov. 2015.

STAMBOROSKI JR., Amauri; MILLER, Gustavo. Novos VIPs ganham shows na web, clipe interativo e até festa no camarim. *GI*, São Paulo, 28 jul. 2010. Disponível em: <<http://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2010/07/novos-vips-ganham-shows-na-web-clipe-interativo-e-ate-festa-no-camarim.html>>. Acesso em: 17 fev. 2015.

STAMBOROSKI, AMAURI; ASSIS, DIEGO; NOGUEIRA, LÍGIA. Liberar ou não o download: dilema do MP3 volta a tirar o sono dos artistas. *GI*, São Paulo, 27 set. 2009. <<http://g1.globo.com/Noticias/Musica/0,,MUL1317795-7085,00-LIBERAR+OU+NAO+O+DOWNLOAD+DILEMA+DO+MP+ILEGAL+VOLTA+A+TIRAR+O+SONO+DOS+ARTI.html>>. Acesso em: 2 ago. 2015.

STAMBOROSKI JR., Amauri. Sertanejo se renova e invade espaços 'chiques'. *GI*, São Paulo, 30 abr. 2010. Disponível em: <<http://g1.globo.com/pop-arte/musica/noticia/2010/04/sertanejo-se-renova-e-invade-espacos-chiques.html>>. Acesso em: 7 out. 2015.

STAMBOROSKI JR., Amauri. 'Quase me casei por causa da internet', diz cantora da música do Google. *GI*, São Paulo, 22 set. 2009. Disponível em: <<http://g1.globo.com/Noticias/Musica/0,,MUL1312874-7085,00-QUASE+ME+CASEI+POR+CAUSA+DA+INTERNET+DIZ+CANTORA+DA+MUSICA+DO+GOOGLE.html>>. Acesso em: 7 out. 2015.

STARBUCKS dará de graça 50 milhões de músicas digitais. *G1*, Ap, [s.l.], 24 set. 2007. Disponível em: <<http://g1.globo.com/Noticias/Musica/0,,MUL109331-7085,00-STARBUCKS+DARA+DE+GRACA+MILHOES+DE+MUSICAS+DIGITAIS.html>>. Acesso em: 13 nov. 2015.

STEVENSON, Reed. Aparelhos de música encontram vida além do computador. *GI*; Reuters, Amsterdã, 29 abr. 2009. Disponível em: <<http://g1.globo.com/Noticias/Tecnologia/0,,MUL1103011-6174,00-APARELHOS+DE+MUSICA+ENCONTRAM+VIDA+ALEM+DO+COMPUTADOR.html>>. Acesso em: 15 set. 2013.

STROKES libera novo single para download gratuito nesta quarta-feira. *GI*, São Paulo, 8 fev. 2011. Disponível em: <<http://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2011/02/strokes-libera-novo-single-para-download-gratuito-nesta-quarta-feira.html>> Acesso em: 13 nov. 2015.

SUZUKI, Shin Oliva. Com cara de revolução, Radiohead lança 'In rainbows' nesta quarta. *GI*, São Paulo, 9 out. 2007. Disponível em: <<http://g1.globo.com/Noticias/Musica/0,,MUL147207-7085,00-COM+CARA+DE+REVOLUCAO+RADIOHEAD+LANCA+IN+RAINBOWS+NESTA+QUARTA.html>>. Acesso em: 20 mai. 2016.

SUZUKI, Shin Oliva. Rádios na internet são bastante segmentadas e ousadas. *GI*, São Paulo, 18 dez. 2006a. Disponível em: <<http://g1.globo.com/Noticias/Musica/0,,AA1389550-7085,00.html>>. Acesso em: 15 nov. 2015.

SUZUKI, Shin Oliva. Saiba onde ouvir e baixar música de graça na rede dentro da lei. *GI*, São Paulo, 18 dez. 2006b. Disponível em: <<http://g1.globo.com/Noticias/Musica/0,,AA1389382-7085,00-SAIBA+ONDE+OUVIR+E+BAIXAR+MUSICA+DE+GRACA+NA+REDE+DENTRO+DA+LEI.html>>. Acesso em: 15 mar. 2015.

TAVARES, Jamila. Criolo se apresenta pela primeira vez em Brasília nesta sexta-feira. *GI*, Distrito Federal, 26 ago. 2011. Disponível em: <<http://g1.globo.com/distrito-federal/noticia/2011/08/criolo-se-apresenta-pela-primeira-vez-em-brasilia-nesta-sexta-feira.html>>. Acesso em: 7 out. 2015.

TIENGO, Rodolfo. “Hoje é tudo em 5 minutos”, afirma João Barone sobre música digital. *GI*, Ribeirão e Franca, 15 mar. 2012. Disponível em: <<http://g1.globo.com/sp/ribeirao-preto-franca/noticia/2012/03/hoje-e-tudo-em-5-minutos-afirma-joao-barone-sobre-musica-digital.html>>. Acesso em: 7 out 2015.

TRIBUNAL francês limita poder de lei antipirataria na internet. *G1*; Reuters, [s.l.], 10 jun. 2009. Disponível em: <<http://g1.globo.com/Noticias/Tecnologia/0,,MUL1190164-6174,00-TRIBUNAL+FRANCES+LIMITA+PODER+DE+LEI+ANTIPIRATARIA+NA+INTERNET.html>>. Acesso em: 3 ago. 2013.

TRILHA de vídeos com dança bizarra, “Harlem Shake” sobe nas paradas. *GI*, São Paulo, 19 fev. 2013. Disponível em: <<http://g1.globo.com/musica/noticia/2013/02/trilha-de-videos-com-danca-bizarra-harlem-shake-entra-nas-paradas.html>>. Acesso em: 16 fev. 2015.

U2 lança novo álbum em cinco formatos em busca de vendas melhores. *GI*; France Presse, [s.l.], 25 fev. 2009. Disponível em: <<http://g1.globo.com/Noticias/PopArte/0,,MUL1017235-7084,00-U+LANCA+NOVO+ALBUM+EM+CINCO+FORMATOS+EM+BUSCA+DE+VENDAS+MELHORES.html>>. Acesso em: 19 set. 2013.

UNIÃO Europeia critica Apple por restrições da Itunes. *GI*; Reuters, [s.l.], 12 mar. 2007. Disponível em: <<http://g1.globo.com/Noticias/Musica/0,,AA1485119-7085,00-UNIAO+EUROPEIA+CRITICA+APPLE+POR+RESTRICOES+DA+ITUNES.html>>. Acesso em: 14 nov. 2015.

UCHÔA, Alícia. Gil pede realismo na lei sobre direito autoral no País. *GI*, Rio de Janeiro, 5 dez. 2007. Disponível em: <<http://g1.globo.com/Noticias/Musica/0,,MUL205253-7085,00.html>>. Acesso em: 3 ago. 2015.

USO de rádio na web cresce entre ouvintes com até 35 anos, diz estudo. *GI*; France Presse, [s.l.], 2 abr. 2013. Disponível em: <<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2013/04/uso-de-radio-na-web-cresce-entre-ouvintes-com-ate-35-anos-diz-estudo.html>>. Acesso em: 15 nov. 2015.

VEJA cinco fatos sobre download de música digital. *GI*; Reuters, [s.l.], 7 fev. 2007. Disponível em: <<http://g1.globo.com/Noticias/Tecnologia/0,,AA1448509-6174,00-VEJA+CINCO+FATOS+SOBRE+DOWNLOAD+DE+MUSICA+DIGITAL.html>>. Acesso em: 6 out. 2015.

VENDAS de música têm em 2012 primeira alta desde 1999. *G1*; Reuters, [s.l.], 26 fev. 2013. Disponível em: <<http://g1.globo.com/musica/noticia/2013/02/vendas-digitais-de-musica-tem-primeira-alta-desde-1999.html>>. Acesso em: 15 nov. 2015.

VIDEOGAMES superam filmes e música na Inglaterra, aponta pesquisa. *G1*; Reuters, [s.l.], 5 nov. 2008. Disponível em: <<http://g1.globo.com/Noticias/Games/0,,MUL850431-9666,00-VIDEOGAMES+SUPERAM+FILMES+E+MUSICA+NA+INGLATERRA+APONTA+PESQUISA.html>>. Acesso em: 15 nov. 2015.

VINIS remasterizados dos Beatles incluem 'lados B' e faixas raras. *G1*; EFE [s.l.], 23 out. 2012. Disponível em: <http://g1.globo.com/musica/noticia/2012/10/vinis-remasterizados-dos-beatles-incluem-lados-b-e-faixas-raras.html>>. Acesso em: 13 nov. 2015.

VIOLINISTA se inspira em Radiohead e divulgará disco de graça na web. *G1*; Reuters, [s.l.], 8 jan. 2008. Disponível em: <<http://g1.globo.com/Noticias/Musica/0,,MUL251457-7085,00-VIOLINISTA+SE+INSPIRA+EM+RADIOHEAD+E+DIVULGARA+DISCO+DE+GRACA+NA+WEB.html>>. Acesso em: 7 out. 2015.

VOCALISTA do Weezer paga US\$ 208 para fãs regravarem demo. *G1*, São Paulo, 22 dez. 2009. Disponível em: <<http://g1.globo.com/Noticias/Musica/0,,MUL1423537-7085,00-VOCALISTA+DO+WEEZER+PAGA+US+PARA+FAS+REGRAVAREM+DEMO.html>>. Acesso em: 21 fev. 2015.

ZUNE da Microsoft chega às lojas para roubar mercado do Ipod. *G1*; EFE, Nova Iorque, 13 nov. 2006. Disponível em: <<http://g1.globo.com/Noticias/Tecnologia/0,,AA1349256-6174,00-ZUNE+DA+MICROSOFT+CHEGA+AS+LOJAS+PARA+ROUBAR+MERCADO+DO+IPOD.html>>. Acesso em: 14 nov. 2015.

2. Referências das demais publicações

AFONSO, Ismália. Falta de transparência na arrecadação fere a Constituição Federal. In: Ministério da Cultura, 19 ago. 2010. Disponível em: <<http://www2.cultura.gov.br/consultadireitoautoral/tag/conselho-nacional-de-direitos-autorais/>>. Acesso em> 27 jul. 2016.

AGUIAR, Vicente Macedo de. *Os argonautas da internet: uma análise netnográfica sobre a comunidade on-line de software livre do Projeto Gnome à luz da Teoria da Dádiva*. 2007. 110 f. Dissertação (Mestrado em Administração) – Escola de Administração, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2007. Disponível: <<https://repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ri/8238/1/44.pdf>>. Acesso em: 20 maio 2016.

ALENCAR VIANA, Juliana de. *Lazer e tecnologias da informação e comunicação (TICs): desafios para pensar a animação cultural na rede – um estudo da comunidade* EstudioLivre.org. 2010. 133 f. Dissertação (Mestrado em Lazer) – Escola de Educação Física, Fisioterapia e Terapia Ocupacional, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2010.

AMARAL, Adriana. Plataformas de música online: práticas de comunicação e consumo através dos perfis. In: TRIVINHO, Eugênio; CAZELOTO, Edilson (orgs). *A cibercultura e seu espelho: campo de conhecimento emergente e nova vivência humana na era da imersão interativa*. São Paulo: ABCiber; Instituto Itaú Cultural, 2009, p. 112-129.

AMENI, Caue Seigne. ACTA: as maracutaias dos que “combatem a pirataria”. *Blog Outras Palavras*, 11 jul. 2012. In: Outras Palavras. Disponível em: <<http://outraspalavras.net/blog/2012/07/11/acta-as-maracutaias-dos-que-combatem-a-pirataria/>>. Acesso em: 20 mai. 2016.

ANDERSON, Chris. *A cauda longa: do mercado de massa ao mercado de nicho*. Rio de Janeiro: Editora Campus, 2006.

ANDERSON, Chris. *Technology's long tail*. In: TED TALKS, fev. 2004. Disponível em: <https://www.ted.com/talks/chris_anderson_of_wired_on_tech_s_long_tail>. Acesso em: 28 abr. 14.

APCM. In: WIKIPÉDIA. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Associa%C3%A7%C3%A3o_Antipirataria_de_Cinema_e_M%C3%BAsica>. Acesso em: 14 jul. 2016.

APPLE. *Termos e condições*. Disponível em: <<https://www.apple.com/legal/internet-services/itunes/br/terms.html>>. Acesso em: 14 jul. 2016.

ARQUIVO TORRENT. In: WIKIPÉDIA. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Arquivo_de_Torrent>. Acesso em: 14 jul. 2016.

ASSEF, Claudia. Mixhell, projeto de Iggor Cavaleira, faz som eletrônico com alma metal. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 7 ago. 2014. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2013/08/1322467-mixhell-projeto-de-iggor-cavaleira-faz-som-eletronico-com-alma-metal.shtml>>. Acesso em: 6 mar. 2016.

BACCEGA, Maria Aparecida. Comunicação e consumo. In: CITELLI, Adilson; et al. (orgs.) *Dicionário de comunicação: escolas, teorias, autores*. São Paulo: Contexto, 2014. p. 53-65.

BAILEY, Holly. “Land of the MP3: A Look at Hollywood’s Lobbying on Napster & Copyright Issues”, Money in Politics Alert, June 12, 2000, Vol. 5, No. 48, http://www.opensecrets.org/alerts/v5/alertv5_48.asp

BARBROOK, Richard. *Futuros imaginários: das máquinas pensantes à aldeia global*. São Paulo: Peirópolis, 2009.

BARBROOK, Richard. Manifesto Cibercomunista. *Folha de São Paulo*, São Paulo, 3 out. 1999. p. 4-6. Caderno Mais.

BARRETO, Luísa Marques. *Direitos autorais e compartilhamento em rede: novos rumos da propriedade intelectual no ciberespaço*. 89 f. 2012. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Semiótica) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2012.

BAUDRILLARD, Jean. *The Mirror of Production*. St. Louis: Telos Press: 1975.

BELL, Daniel. *O Advento da Sociedade Pós-Industrial*. São Paulo: Cultrix: 1977.

BONFIM, João Bosco Bezerra. *A fome que não sai no jornal: o discurso da mídia sobre a fome*. Brasília: Plano Editora, 2002.

BOURDIEU, Pierre. *A distinção: crítica social do julgamento*. São Paulo/Porto Alegre: Edusp/Zouk, 2007.

BOURDIEU, Pierre. *Razões Práticas: sobre a teoria da ação*. Campinas: Papyrus, 2004.

BOURDIEU, Pierre. *Sobre a televisão*. Oeiras: Celta, 2000.

BORGES, Sam Thiago Pereira. *Experiência artística e internet: uma análise da música de rede e dos novos processos de produção*. 2009. Dissertação (Mestrado em Sociologia) – Centro de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2009.

BRANCO JUNIOR, Sérgio Vieira. *Direitos autorais na internet e o uso de obras alheias*. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2007.

BRANT, João. O lugar da educação no confronto entre colaboração e competição. In: PRETTO, Nelson de Luca; SILVEIRA, Sérgio Amadeu da (orgs). *Além das redes de*

colaboração: internet, diversidade cultural e tecnologias do poder. Salvador: EDUFBA, 2008. p. 69-74.

BRASIL. Câmara dos Deputados. PL 2126/2011. Estabelece princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da Internet no Brasil. Disponível em: <<http://www.camara.gov.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=517255>> Acesso em: 13 abr. 2012.

BRASIL. Câmara dos Deputados. PL 3133/2012. Altera a Lei n. 9.610 de 19 de fevereiro de 199, que altera, atualiza e consolida a legislação sobre direitos autorais e dá outras providências. Disponível em: <<http://www.camara.gov.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=534039>> Acesso em: 13 abr. 2012.

BRASIL. Casa Civil. Decreto-lei n° 2.848 de 7 de dezembro de 1940. Da aplicação da lei penal. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/del2848.htm>. Acesso em: 4 mar. 2014.

BRASIL. Casa Civil. Constituição da República Federativa do Brasil de 1988. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicaocompilado.htm>. Acesso em: 4 mar. 2014.

BRASIL. Casa Civil. Lei n° 10.406 de 10 de janeiro de 2002. Institui o Código Civil. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/110406.htm>. Acesso em: 10 mar. 2014.

BRASIL. Casa Civil. Lei 10695 de 1° de julho de 2003. Altera e acresce parágrafo ao art. 184 e dá nova redação ao art. 186 do Decreto-Lei n° 2.848, de 7 de dezembro de 1940 – Código Penal, alterado pelas Leis n^{os} 6.895, de 17 de dezembro de 1980, e 8.635, de 16 de março de 1993, revoga o art. 185 do Decreto-Lei n° 2.848, de 1940, e acrescenta dispositivos ao Decreto-Lei n° 3.689, de 3 de outubro de 1941 – Código de Processo Penal. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2003/110.695.htm>. Acesso em: 28 abr. 14.

BRASIL. Casa Civil. Lei 12.965 de 23 de abril de 2014. Estabelece princípios, garantias, direitos e deveres para o uso da Internet no Brasil. Disponível em: <<http://pesquisa.in.gov.br/imprensa/jsp/visualiza/index.jsp?jornal=1&pagina=1&data=24/04/2014>>. Acesso em: 28 abr. 14.

BRASIL. Casa Civil. Lei 9610 de 19 de fevereiro de 1998. Altera, atualiza e consolida a legislação sobre direitos autorais e dá outras providências. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19610.htm>. Acesso em: 4 mar. 2014.

BRASIL. Ministério da Cultura. Consulta Pública para a modernização da Lei de Direito Autoral. Disponível em: <<http://www.cultura.gov.br/consultadireitoautor/consulta/>>. Acesso em: 23 mar. 2012.

BRITTOS, Valério Cruz; BOLAÑO, César Ricardo Siqueira. (org.). *Rede Globo: 40 anos de poder e hegemonia*. São Paulo: Paulus, 2005.

BULL, Michael. *Sound moves: iPod culture and urban experience*. London: Routledge, 2008.

CAETANO, Mayara Araujo. Do the Harlem Shake. In: IV CONGRESSO DE ESTUDANTES DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO, 2013, Rio de Janeiro. Anais do VI Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação. Rio de Janeiro: [s.n.], out. 2013. p. 1-11. Disponível em: <<http://www.coneco.uff.br/sites/default/files/institucional/789-1635-1-rv.pdf>>. Acesso em: 14 jul. 2016.

CAMARGO, Sílvio César. *Trabalho imaterial e produção cultural: a dialética do capitalismo tardio*. 2009. 199 f. Tese (Doutorado em Sociologia) – Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2009.

CARDOSO FILHO, Jorge; JANOTTI JR., Jeder Silveira. A música popular massiva, o mainstream e o underground: trajetórias e caminhos da música na cultura midiática. In: FREIRE FILHO, João; JANOTTI JR, Jeder (Org.). *Comunicação & música popular massiva*. Salvador: EDUFBA, 2006. p.11-24.

CARDOSO, Gustavo. *A mídia na sociedade em rede: filtros, vitrines, notícias*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2007.

CARVALHO, Alice Tomaz de; RIOS, Riverson. O MP3 e o fim do álbum comercial. In: SILVEIRA, Sérgio Amadeu da; PERPÉTUO, Irineu Franco (orgs.). *O futuro da música depois da morte do CD*. São Paulo: Momento Editorial, 2009. p. 75-90.

CASTELLS, Manuel. *A sociedade em rede*. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CASTRO, Gisele. Não é propriamente um crime: considerações sobre pirataria e consumo de música digital. *Comunicação, mídia e consumo*, São Paulo, v. 4, n. 10, p. 73-87, jul. 2007.

CASTRO, Julio Cesar Lemes de. Sob o signo de Narciso: identidade na sociedade de consumo e no ciberespaço. *Revista Verso e Reverso (Comunicação)*, Unisinos, v. 23, n.52, ano XXIII, [s.p.], 2009. Disponível em:

<<http://revistas.unisinos.br/index.php/versoereverso/article/view/5794/3040>>. Acesso em: 31 jul. 2016.

CENTRO REGIONAL DE ESTUDOS PARA O DESENVOLVIMENTO DA SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO (Cetic.br). Indicadores sobre o uso das TIC no Brasil (2006). Disponível em: <<http://cetic.br/tics/usuarios/2006/geral/>>. Acesso em: 20 mai. 2016.

CHADA, Sonia. Tecnobrega: criação de música na periferia belenense. XXIII CONGRESSO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO EM MÚSICA, 23., 2013, Natal. Anais... Natal: [s.n.], 2013. p. 1-8.

CHAGAS, Jefferson Mickselly Silva. *Rádios em tempos de download*. 2010. 199 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação, Imagem e Informação) – Instituto de Arte e Comunicação Social da Universidade Federal Fluminense, Niterói, RJ, 2010.

CINI, Lorenzo; ROOS, Jerome. Negri: hora de repensar a revolução? Tradução de Inês Castilho. *Outras Palavras*, 8 jan. 2016. Disponível em: <<http://outraspalavras.net/posts/antonio-negri-da-recusa-ao-trabalho-a-tomada-do-poder/>>. Acesso em: 5 mar. 2016.

COLETIVO PASSA PALAVRA. Domingo na Marcha parte III. In: ABDO, Alexandre et al. *Movimentos em Marcha: ativismo, cultura e tecnologia*. São Paulo: Edição dos Autores, 2013. p. 133-143.

COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL. Pesquisa sobre o Uso das Tecnologias da Informação e da Comunicação no Brasil: TIC Domicílios e Usuários 2011. Coordenação executiva e editorial: Alexandre F. Barbosa. São Paulo: Comitê Gestor da Internet no Brasil, 2011. Disponível em: <<http://op.ceptro.br/cgi-bin/cetic/tic-domicilios-e-empresas-2011.pdf>>. Acesso em: 23 abr. 2014.

CORREIO, Leonardo De Marchi. Ouça sua banda preferida sem ir atrás daquele torrente: uma análise da publicidade das empresas eletrônicas de música. In: *Comunicação, mídia e consumo*, ano 11, v.11, n.31, set./dez. 2014. p. 163-183.

COSTA, Antônio Maurício Dias. *Festa na cidade: o circuito bregueiro de Belém do Pará*. 2004. Tese (Doutorado em Antropologia Social) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2004.

COSTA, Rogério da. Inteligência coletiva. Comunicação, capitalismo cognitivo e micropolítica. In: TRIVINHO, Eugênio; REIS, Angela Pintor dos (orgs.). *A cibercultura em transformação: poder, liberdade e sociabilidade em tempos de compartilhamento, nomadismo e mutação de Direitos*. São Paulo: ABCiber; Instituto Itaú Cultural, 2010. p. 71-80.

OPEN SECRETS.ORG CENTER FOR RESPONSIVE POLITICS. Information about Microsoft Corp (summary). Disponível em: < <http://www.opensecrets.org/orgs/summary.php?id=D000000115>>. Acesso em: 31 jul. 2016.

OPEN SECRETS.ORG CENTER FOR RESPONSIVE POLITICS. Lobbying: top industries Disponível em: <<http://www.opensecrets.org/lobby/top.php?indexType=i>>. Acesso em: 31 jul. 2016.

CRUZ, Leonardo Ribeiro da. *A “Guerra dos Warez” como Dádiva: uma aproximação entre o compartilhamento de arquivos e a antropologia de Marcel Mauss*. In: ENCONTRO DE ESTUDOS MULTIDISCIPLINARES EM CULTURA (ENECULT), 6., 2010. Anais do ENECULT. Salvador: Centro de Estudos Multidisciplinares em Cultura (CULT), 2010. Disponível em: <<http://www.cult.ufba.br/wordpress/24324.pdf>>. Acesso em: 15 jul. 2016. 13p.

CRUZ, Leonardo Ribeiro da. *Internet e Direito Autoral: o ciberespaço e as mudanças na distribuição cultural*. 2008. 207 f. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais) – Faculdade de Filosofia e Ciências, Universidade Estadual Paulista (UNESP), Marília, 2008.

CUNHA, Vladimir. Estrelas de Belém. In: *Revista Rolling Stone*, n.16, jan. 2008. Disponível em: <<http://rollingstone.uol.com.br/edicao/16/estrelas-de-belem#imagem0>>. Acesso em: 10 fev. 2016.

DANTAS, Marcos. Mais-Valia 2.0: produção e apropriação de valor nas redes do capital. *Eptic Online*, vol. 16, n.2, p. 89-112, mar./ago. 2014. Disponível em: < <http://marcosdantas.com.br/conteudos/mais-valia-2-0-producao-e-apropriacao-de-valor-nas-redes-do-capital/>>. Acesso em: 14 jul. 2016.

DANTAS, Marcos. *Comunicação, desenvolvimento, democracia: desafios brasileiros no cenário da mundialização mediática*. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2013.

DANTAS, Marcos. Economia política da informação e comunicação em tempos de internet: revisitando a teoria do valor nas redes e no espetáculo. In: *Liinc em Revista*, Rio de Janeiro, v.8, n.1, p. 283-307, mar. 2012.

DANTAS, Marcos. *Trabalho com informação: valor, acumulação, apropriação nas redes do capital*. Rio de Janeiro: Centro de Filosofia e Ciências Humanas da UFRJ (CFCH-UFRJ), 2012. 248 p.

DANTAS, Marcos. Milionários nada por acaso; capital rentista e apropriação do trabalho artístico nas redes do espetáculo. In: *Eptic Online*, v. 13, n. 2, p. 1-30, mai./ago. 2011. Disponível em <<http://www.eptic.com.br/arquivos/Revistas/vol.XIII,n2,2011/MarcosDantas.pdf>>. Acesso em: 16 fev. 2015.

DANTAS, Marcos. A renda informacional. In: XVII Encontro da Compós, 17., 2008, São Paulo. [*Anais eletrônicos...*]. São Paulo: UNIP, jun. 2008. Disponível em: <http://www.compos.org.br/data/biblioteca_415.pdf>. Acesso em: 6 mar. 2016.

DARBILLY, Leonardo Vasconcelos Cavalier. *O Mercado Fonográfico no Brasil: alterações nas relações de poder a partir do desenvolvimento tecnológico e da pirataria virtual*. 2007. Dissertação (Mestrado Acadêmico em Administração) – Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas da Fundação Getúlio Vargas, 2007.

DAWKINS, R. *Deus um delírio*. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

DAWKINS, R. *Desvendando o arco-íris*. São Paulo: Companhia das Letras, 2002.

DAWKINS, R. *O gene egoísta*. Belo Horizonte/Rio de Janeiro: Itatiaia, 2001.

DAWKINS, R. *A escalada do monte improvável*. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

DE MARCHI, Leonardo Gabriel. *Transformações estruturais na indústria fonográfica no Brasil (1999-2009)*. 2011. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura) – Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2011.

DIAS, Eduardo. “Eu vou samplear, eu vou te roubar”: cena, mercado e música do tecnobrega no videoclipe Xirley. In: XXXV CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 35., 2012, Fortaleza. *Anais...* Fortaleza: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2012. p. 1-15.

DUMAZEDIER, Joffre. *Questionamento teórico do lazer*. Porto Alegre: CELAR-PUC-RS, 1975.

ECO, Umberto. *Sobre os espelhos e outros ensaios*. Rio de Janeiro: Nova fronteira, 1989.

FAIRCLOUGH, Norman. *Discurso e mudança social*. Brasília: Ed. UnB, 2001.

FELINTO, Erick. Videotrash: o Youtube e a cultura do “spoof” na internet. *Revista Galáxia*, São Paulo, n.16, p.33-42, dez. 2008.

FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS OPINIÃO. Configurações do mercado do tecnobrega paraense. Rio de Janeiro: FGV, fev 2007. Disponível em: <[http://cpdoc.fgv.br/sites/default/files/fgvopiniaio/CTS,%20Resumo%20para%20apresenta%C3%A7%C3%A3o%20-%20Novo%20padr%C3%A3o%20\[Modo%20de%20Compatibilidade\].pdf](http://cpdoc.fgv.br/sites/default/files/fgvopiniaio/CTS,%20Resumo%20para%20apresenta%C3%A7%C3%A3o%20-%20Novo%20padr%C3%A3o%20[Modo%20de%20Compatibilidade].pdf)>. Acesso em: 11 fev. 2016.

FONTENELLE, Isleide A. Os caçadores do cool. *Lua Nova*, São Paulo, n.63, p.163-177, 2004. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-64452004000300007&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 08 mai. 2016.

FRADKIN, Eduardo. Terceirização da cultura gera novas mobilizações. *O Globo*, São Paulo, 3 abr. 2009. Disponível em: <<http://www.canalcontemporaneo.art.br/brasa/archives/002181.html>>. Acesso em: 3 ago. 2015.

FURNAS, Alexandre. *A nova ameaça contra a internet livre*. Tradução de Antônio Martins. 16 fev. 2012. In: Blog Outras Palavras. Disponível em: <<http://outraspalavras.net/posts/a-nova-ameaca-contra-a-internet-livre/>>. Acesso em: 20 mai. 2016.

GALO, Bruno; WACHOWIAK, Livia. ‘Não é possível dizer que 40 milhões de pessoas são criminosas porque compartilham música e vídeo’, diz sociólogo Sérgio Amadeu. *Blog A cultura na era digital*, [s.l.], 20 set. 2009. Disponível em: <<https://culturanaeradigital.wordpress.com/2009/09/20/nao-e-possivel-dizer-que-40-milhoes-de-pessoas-sao-criminosas-porque-compartilham-musica-e-video-diz-sociologo-sergio-amadeu/>>. Acesso em: 31 jul. 2016.

GIROUX, Henry. A disneyzação da cultura infantil. In: SILVA, Tomaz Tadeu da; MOREIRA, Antonio Flávio (Org.). *Territórios contestados: o currículo e os novos mapas políticos e culturais*. Petrópolis: Vozes, 1995. p. 49-81.

GODBOUT, Jacques. Introdução à dádiva. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, São Paulo, v.13, n. 38, out/1998. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-69091998000300002>. Acesso em: 14. jul. 2016.

GORZ, André. *O imaterial: conhecimento, valor e capital*. São Paulo: Annablume, 2005.

GOULART, Fábio. *Alienação e reificação na indústria cultural e internet*. 2014. Dissertação (Mestrado em Filosofia) – Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2014.

GPOPAL. Debate Direito Autoral 1998. Disponível em: <<http://www.gpopai.usp.br/wiki/index.php/DebateDireitoAutoral1998>> Acesso em: 13 abril 2012.

GRUPO DE PESQUISA EM POLÍTICAS PÚBLICAS PARA O ACESSO À INFORMAÇÃO (GPOPAL). *Uma análise qualitativa do mercado de música no Brasil: para além das falsas dicotomias*. São Paulo: EACH-USP, 2010. Disponível em: <<https://goo.gl/X90Jx0>>. Acesso em: 31 jul. 2016.

GUIMARÃES, Bruno Cosentino Vianna. *O impacto das tecnologias digitais para a criação artística: um estudo sobre a MPB*. 2012. Dissertação (Mestrado em Políticas Públicas, Estratégias e Desenvolvimento) – Instituto de Economia da Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2012.

HAMELINK, CEES J. Direitos humanos para a sociedade da informação. In: MELO, José Marques de; SATHLER, Luciano. (Orgs.) *Direitos à comunicação na sociedade da informação*. São Bernardo do Campo: Umesp, 2005. p. 103-151.

HARDT, Michael; NEGRI, Antonio. *Império*. Rio de Janeiro: Record, 2001.

HARVEY, DAVID. *Condição pós-moderna: uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural*. São Paulo: Edições Loyola, 2009.

HERSCHMANN, Micael. *Indústria da música em transição*. São Paulo: Editora Estação das Letras, 2010.

HORA, Daniel. Infecções artísticas. In: BEGALLI, Maira et al. *Gambiologia*, abr., 2010, p. 48-51.

IMÚSICA CORP. Sobre a iMúsica. Disponível em: <<http://www.imusicacorp.com.br/quem-somos.html>>. Acesso em: 28 abr. 14.

INSTITUTO DE PESQUISA ECONÔMICA APLICADA. *Download de músicas e filmes no Brasil: um perfil dos piratas online*. Comunicado n. 147, 10 de maio de 2012. Disponível em: <http://www.ipea.gov.br/portal/images/stories/PDFs/comunicado/120510_comunicadoipea0147.pdf>. Acesso em 1 ago. 2013.

INTERNATIONAL FEDERATION OF THE PHONOGRAPHIC INDUSTRY (IFPI). Digital Music Report, 2009. Disponível em: <http://www.ifpi.org/content/library/DMR2009.pdf>. Acesso em: 31 jul. 2016.

JAMESON, Fredric. *Pós-Modernismo; a Lógica Cultural do Capitalismo Tardio*. São Paulo: Ática: 1997.

KIKKO, Vanessa Okada. *O futuro da indústria da música no Brasil*. 2012. Dissertação (Mestrado em Administração) – Escola de Administração de Empresas de São Paulo da Fundação Getúlio Vargas, São Paulo, 2012.

KIRKPATRICK, David. *O efeito Facebook: os bastidores da história da empresa que conecta o mundo*. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2011.

KLEINA, Nilton. “SOPA e PIPA não foram aprovados por causa dos protestos”, diz chefe do MPAA. *TecMundo*, [s.l.], 20 jan. 2012. Disponível em: <<http://www.tecmundo.com.br/pirataria/18212-sopa-e-pipa-nao-foram-aprovados-por-causa-dos-protestos-diz-chefe-do-mpaa.htm>>. Acesso em: 3 ago. 2015.

LAMARCA, Ézyo. Cabanagem digital, tecnobrega e software livre. In: PRETTO, Nelson de Luca; SILVEIRA, Sérgio Amadeu da. (orgs). *Além das redes de colaboração: internet, diversidade cultural e tecnologias do poder*. Salvador: EDUFBA, 2008, 189-194.

LASCH, C. *A cultura do narcisismo*. Rio de Janeiro: Imago, 1983.

LEÃO, Naiara. CPI quebra sigilo fiscal do ECAD e convida artistas para audiência. *G1*, 18 out. 2011. Disponível em: <<http://g1.globo.com/politica/noticia/2011/10/cpi-quebra-sigilo-fiscal-do-ecad-e-convidaartistas-para-audiencia.html>> Acesso em: 23 março 2012.

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

LEMOS, Ronaldo; CASTRO, Oona. *Tecnobrega: o Pará reinventando o negócio da música*. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2008.

LEONHARD, Gerd. *Music 2.0*. California: Batmosphere, 2008. Disponível em: <<http://www.music20book.com/>>. Acesso em 14 mar 2011.

LIMA, Clóvis Ricardo Montenegro et al. Trabalho imaterial, produção cultural colaborativa e economia da dádiva. In: Liinc em Revista, v.5, n.2, setembro, 2009, Rio de Janeiro, p. 158-172. Disponível em: <<http://liinc.revista.ibict.br/index.php/liinc/article/view/301/212>>. Acesso em: 09 mai. 2016.

LIMA, Diana Nogueira de Oliveira. *Consumo; uma perspectiva antropológica*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2010.

LIMA, Tatiana Rodrigues. *O balanço do bit: mediações da música na era digital*. 2013. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura Contemporâneas) – Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia, 2013.

LIPOVETSKY, G. *L'ère du vide: essais sur l'individualisme contemporain*. Paris: Gallimard, 1983. 315 p.

MACHADO, Jorge. *Desconstruindo propriedade intelectual*. São Paulo: Universidade de São Paulo. Grupo de Pesquisa em Políticas Públicas para o Acesso a Informação; Bauru, SP: Canal 6, 2010.

MAESTRO Júlio Medaglia lamenta terceirização da cultura em São Paulo. *Rede Brasil Atual*, São Paulo, ago. 2012, disponibilizada: <<http://www.redebrasilatual.com.br/entretenimento/2012/08/julio-medaglia-critica-terceirizacao-da-cultura-feita-pelo-governo-de-sao-paulo>>. Acesso em: 14 jul.2016.

MALINI, Fábio; ANTOUN, Henrique. *A internet e a rua: ciberativismo e mobilização nas redes sociais*. Porto Alegre: Sulina, 2013.

MARISA, Princess. *Style Biters: the commodification and commercialization of youth culture*. Individualized Studies Thesis. Course Director John McCullough. 11/Jun/2002. Disponível em: <www.princessmarisa.com/media/stylebiters.doc>. Acesso em: 22 jul. 2004.

MARTINES, Fernando. Lei Hadopi começa a ser aplicada. *Estadão*, 22 set. 2010. Disponível em: <<http://blogs.estadao.com.br/link/lei-hadopi-comeca-a-ser-aplicada/>>. Acesso em: 3 ago. 2015.

MARTINS, Beatriz Cintra. Autoria, propriedade e compartilhamento de bens imateriais no capitalismo cognitivo. In: *Linncc em Revista*, v.7, n.2, Rio de Janeiro, set. 2011, p. 358-374.

MAUSS, M. Ensaio sobre a dádiva. In: _____. *Sociologia e Antropologia*. São Paulo: EPU, 1974.

MAYA, Tadzia. Sementes e comunidades Copyleft. In: BELISÁRIO, Adriano; TARIN, Bruno. *Copyfight: pirataria & cultura livre*. Rio de Janeiro: Azougue Editorial, 2012. p. 217-224.

MINISTÉRIO DA CULTURA. *Cultura em números: anuário de estatísticas culturais 2009*. Brasília: MinC, 2009.

MOULIER-BOUTANG, Yann. *Le Capitalism Cognitif*. Paris: Éditions Amsterdam, 2007.

MORAES, Cândida Maria Nobre de Almeida. *Pirataria no ciberespaço: como a lógica de reprodutibilidade industrial disponibilizada pelas novas tecnologias afeta a própria indústria*. João Pessoa: Marca de Fantasia, 2010.

MORAES, Carolina Pereira de. *Os memes no processo genealógico dos conceitos*. 2009. Tese (Doutorado em História das Ciências e das Técnicas e Epistemologia) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2009.

MORIN, Edgar. *O Método 5: a humanidade da humanidade*. Porto Alegre: Sulina, 2002.

MURILLO, Luis Felipe Rosado. *Tecnologia, política e cultura na comunidade brasileira de Software Livre e de Código Aberto*. 2009. Dissertação (Mestrado em Antropologia Social) – Instituto de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2009.

MUTIRÃO DA GAMBIARRA. *Gambilogia*. [s.l.]: Metalivros, abr. 2010. Disponível em: <<http://mutgamb.org/sites/mutirao.metareciclagem.org/files/gambilogia.pdf>>. Acesso em: 24 dez. 2015.

MYSACE lança plataforma musical com Universal, Sony BMG e Warner. *IG*, [s.l.], 3 abr. 2008. Disponível em: <<http://ultimosegundo.ig.com.br/mundo/myspace-lanca-plataforma-musical-com-universal-sony-bmg-e-warner/n1237682462170.html>>. Acesso em: 20 mai. 2016.

NEGRI, Antonio. *Biocapitalismo*. Rio de Janeiro: Iluminuras, 2015.

NEGRI, A.; HARDT, M. *Multidão*. São Paulo: Record, 2005.

NEVES, Bráulio de Britto. *O ciberdocumentário prefigurativo dos anos 2000*. 861 f. 2011. Tese (Doutorado em Multimeios) – Departamento de Cinema, Instituto de Artes da Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2011.

ORGANIZAÇÕES GLOBO. *Princípios editoriais das Organizações Globo*. Rio de Janeiro, 6 ago. 2011. Disponível em: <<http://g1.globo.com/principios-editoriais-das-organizacoes-globo.html>>. Acesso em: 1 dez. 2013.

ORLANDI, Eni Puccinelli. *Análise de discurso: princípios e procedimentos*. Campinas: Pontes Editores, 2013.

ORTOLEVA, P. O novo sistema dos mídia. In: OLIVEIRA, J. M. Paquete de; CARDOSO, G.; BARREIROS, J. *Comunicação, cultura e tecnologias de informação*. Lisboa: Quimera, 2004.

OUTHWAITE, William; BOTTOMORE, Tom. *Dicionário do pensamento social do século XX*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1996.

PAGANOTTI, Ivan. Pressão virtual e regulamentação digital brasileira: análise comparativa entre o Marco Civil e a Lei Azeredo. In: SOUSA, Helena et al. *Media policy and regulation: activating voices, illuminating silences*. Braga, Portugal: Universidade do Minho, CECS, 2013. p. 124-142.

PASQUINELLI, Matteo. A ideologia da cultura livre e a gramática da sabotagem. In: BELISÁRIO, Adriano; TARIN, Bruno. *Copyfight: pirataria & cultura livre*. Rio de Janeiro: Beco do Azogue, 2012. p. 51-68.

PATEL, Raj. *O valor de nada: por que tudo custa mais caro do que pensamos*. Rio de Janeiro: Zahar, 2010.

PELBART, Peter Pál. *Vida capital: ensaios de biopolítica*. São Paulo: Iluminuras, 2009.

PICANÇO, Gabriel. Mudanças na indústria musical favorecem independentes. *Portal PUC-Rio Digital*, Rio de Janeiro, 30 set. 2011. Disponível em: <<http://puc-riodigital.com.puc-rio.br/Texto/Cultura/Mudancas-na-industria-musical-favorecem-independentes-10980.html#.VrtpnPkrLDc>>. Acesso em: 10 fev 2016.

PINTO, José Paulo Guedes. *No ritmo do capital; indústria fonográfica e subsunção do trabalho criativo antes e depois do MP3*. 2011. Tese (Doutorado em Economia) – Faculdade de Economia e Administração da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2011.

PIRATARIA leva gravadoras a lançar menos artistas. *Cultura e Mercado*, [s.l.], 25 jun. 2012. Disponível em: <<http://www.culturaemercado.com.br/site/direitoautor/pirataria-leva-gravadoras-a-lancar-menos-artistas/>>. Acesso em: 3 ago. 2015.

PIRES, Vladimir Sibylla. Idéias-força no pós-fordismo e a emergência da economia criativa. *Liinc em Revista*, Rio de Janeiro, v.5, n.2, set. 2009, p. 215-230. Disponível em: <<http://liinc.revista.ibict.br/index.php/liinc/article/view/304>> Acesso em: 14 jul. 2016.

QUEIROZ, Débora. Diferenças entre o common law e o civil law. Uol, [s.l.], 3 jul. 2013. Disponível em: <<http://ultimainstancia.uol.com.br/conteudo/colunas/64404/diferencas+entre+o+common+law+e+o+civil+law.shtml>>. Acesso em: 20 maio 2016.

RAMOS, Murilo César. Comunicação, direitos sociais e políticas públicas. In: MELO, José Marques de; SATHLER, Luciano (Orgs.). *Direitos à comunicação na sociedade da informação*. São Bernardo do Campo: UESP, 2005. p. 245-253.

RANIERI, André. *O que é um press release*. In: Race Comunicação. Disponível em: <<http://www.racecomunicacao.com.br/blog/o-que-e-um-press-release/>>. Acesso em: 10 dez. 2015.

RECUERO, Raquel. *Redes sociais na internet*. Porto Alegre: Sulina, 2009.

RELATÓRIO FINAL DA CPI DA PIRATARIA. Investigar fatos relacionados à pirataria de produtos industrializados e à sonegação fiscal. Ano 2004. Relator Dep. Josias Quintal. Disponível em: <<http://www2.camara.leg.br/atividade-legislativa/comissoes/comissoes-temporarias/parlamentar-de-inquerito/52-legislatura/cpipirat/relatoriofinal.pdf>>. Acesso em 1 ago. 2013.

RENA, Alemar Silva Araújo. *Do autor tradicional ao agenciador cibernético: do biopoder à biopotência*. 173 f. 2006. Dissertação (Mestrado em Teoria da Literatura) – Faculdade de Letras da Universidade Federal de Minas Gerais, 2006.

RIBAS, Tércio. CPI do ECAD levanta suspeita de crimes. In: *Correio do Estado*, [s.l.], 12 out. 2011. Disponível em: <http://www.correiodoestado.com.br/noticias/cpi-do-ecadlevanta-suspeitas-de-crimes_128087/> Acesso em: 23 março de 2012.

RIFKIN, Jeremy. *A era do acesso: a transição de mercados convencionais para networks e o nascimento de uma nova economia*. São Paulo: Makron Books, 2001.

RODRIGUES, Randolfe; NOGUEIRA, Ciro; FARIAS, Lindbergh. Relatório final da Comissão Parlamentar de Inquérito destinada a investigar supostas irregularidades praticadas pelo Escritório Central de Arrecadação e Distribuição - ECAD. Abril de 2012.

ROVAI, Renato. Depoimento bombástico de Leoni na CPI do ECAD. In: *Revista Forum*, [s.l.], 19 ago. 2011. Disponível em:

<<http://www.revistaforum.com.br/blog/2011/08/19/depoimento-bombastico-de-leoni-na-pido-ecad/>> Acesso em: 23 março 2012.

RUIZ, Téo Massignan. *A autonomização da produção musical no Brasil e a revolução digital: um estudo de caso na cidade de São Paulo*. 2010. Dissertação. Faculdade de Filosofia y Letras, Universidad de Valladolid, Espanha, 2010.

SANSON, Cesar. A produção biopolítica é constitutiva ao capitalismo cognitivo. *Liinc em Revista*, Rio de Janeiro, v.5, n.2, set. 2009, p. 206-214. Disponível em: <<http://liinc.revista.ibict.br/index.php/liinc/article/view/308/214>>. Acesso em: 9 maio 2016.

SANTAELLA, Lúcia. *Por que as comunicações e as artes estão convergindo?* São Paulo: Paulus, 2005.

SANTI, Pedro Luiz Ribeiro de. Consumo e desejo na cultura do narcisismo. *Comunicação, mídia e consumo*, São Paulo, vol. 2, n.5, nov. 2005, p. 173-204.

SANTINI, Rose Marie. A Arte do avesso: a função da denegação econômica no mercado Artístico e as novas formas de recomendação e mediação cultural na internet. *Revista Eptic*, Sergipe, v. 13, n.2, maio-ago. 2011.

SANTINI, Rose Marie et al. A organização do consumo de música na internet através da classificação do gosto musical: estudo de caso do sistema de recomendação Last Fm. In: IX CONGRESS ISKO-SPAIN, Valencia, 12 a 13 de março de 2009, p.289-304.

SANTOS, Hermílio. Alteridade, decepção e estigma no ciberespaço: desdobramentos da interação social mediada. In: *Revista FAMECOS*, Porto Alegre, n. 26, abril 2005, p. 41-46.

SATURNINO, Rodrigo. A emergência dos piratas nas redes do capitalismo informacional. *Revista Contracampo*, v. 33, n.2, ago.-nov. 2015, p. 63-85.

SELAIMEN, Graciela Baroni. Provedores de acesso à internet, dados pessoais e privacidade - para que regulação? In: BARINDELLI, Florencia; GREGORIO, Carlos G. (org.). *Datos personales y libertad de expresión en las redes sociales digitales*. Buenos Aires: Ed. Adhoc, 2010. p. 221 a 261.

SILVA, Melina Aparecida dos Santos. De Flaubert a Mombojó: distribuição musical na internet e autonomia no campo artístico. In: XXXIV CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, Recife, 2011, p. 1-13.

SILVEIRA, Sérgio Amadeu da; PERPÉTUO, Irineu Franco (orgs.). *O futuro da música depois da morte do CD*. São Paulo: Momento Editorial, 2009.

SIMMEL, Georg. *On individuality and social forms*. Chicago: The University of Chicago Press, 1971.

SOARES, Elisianne Campos de Melo. *Regulação do ciberespaço, controlo dos fluxos informacionais e direitos de autor: os casos de Portugal e do Brasil*. 2012. Dissertação (Mestrado em Cultura e Comunicação) – Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa, 2012.

SONY. In: Wikipédia. Disponível em: <<http://pt.wikipedia.org/wiki/Sony>>. Acesso em: 10 março 2014.

SOUZA, Carlos Henrique Medeiros et al. Impresso x online: a credibilidade do discurso jornalístico em pauta. In: II CONGRESSO INTERNACIONAL INTERDISCIPLINAR EM SOCIAIS E HUMANIDADES (CONINTER), 2., out. 2013, Belo Horizonte. Disponível em: <<http://www.2coninter.com.br/artigos/pdf/366.pdf>>. Acesso em: 1 dez. 2013.

SOUZA, Pablo Cezar Laignier. *Do funk fluminense ao funk nacional: o grito comunicacional de favelas e subúrbios do Rio de Janeiro*. 2013. Tese. (Doutorado em Comunicação) - Centro de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2013.

TERCEIRIZAÇÃO. In: DICIONÁRIO Houaiss da Língua Portuguesa. Rio de Janeiro: Objetiva, 2009. p. 1831.

THOMPSON, John B. *Ideologia e cultura moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa*. Petrópolis: Vozes, 1995.

THOMPSON, John B. *Ideology and modern culture*. Cambridge: Polity Press, 1990.

THOMPSON, John B. *Studies in the theory of ideology*. Cambridge: Polity Press, 1984.

TORRES, Izabelle. ECAD na berlinda. Relatório da CPI aponta irregularidades graves na condução do órgão e pedirá indiciamento de diretores por formação de quadrilha e apropriação indébita. *Istoé Brasil*, São Paulo, 16 mar. 2012. Disponível em: <http://www.istoe.com.br/reportagens/195014_ECAD+NA+BERLINDA?pathImagens=&path=&actualArea=internalPage> Acesso em: 23 mar. 2012.

TORRES, Tércio Ribas. CPI do Ecad propõe novas leis e órgãos para gerir direitos autorais. *Agência Senado*, 24 abr. 2012. Disponível em: <<http://www12.senado.gov.br/noticias/materias/2012/04/24/cpi-do-ecad-propoe-novas-leis-e-orgaos-para-gerir-direitos-autorais>>. Acesso em: 14 jul. 2016.

TOZI, Fábio. Meio técnico, tecnologia e tecnobrega: a cidade e a pirataria como possibilidades. *Revista Tamoios*, Rio de Janeiro, ano 6, n.2, 2010, p. 17-28.

TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi. *Entretenimento: uma crítica aberta*. São Paulo: Editora Senac, 2003.

VALE, Simone do et al. O meme é a mensagem: uma análise sobre o fenômeno Harlem Shake. In: VII SIMPÓSIO NACIONAL DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PESQUISADORES EM CIBERCULTURA, 7., 2013. [s.l.]: ABCiber, nov. 2013, p. 1-13. Disponível em: <http://www.abciber.org.br/simposio2013/anais/pdf/Eixo_5_Entretenimento_Digital/o_meme_e_a_mensagem.pdf>. Acesso em 20 Mai. 2014.

VAN DIJK, Teun A. *Discurso e contexto: uma abordagem sociocognitiva*. São Paulo: Contexto, 2012.

VAN DIJK, Teun A. Critical Discourse Analysis. In: SCHIFFRIN, Deborah et al. *Handbook of Discourse Analysis*. Oxford: Blackwell, 2001. p. 352-371.

VEIGA, Vera França et al. Cultura. In: VEIGA, Vera França; MARTINS, Bruno Guimarães; MENDES, André Melo (Org.). *Grupo de Pesquisa em Imagem e Sociabilidade (GRIS): Trajetória, conceitos e pesquisa em comunicação*. Belo Horizonte: Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas, PPGCOM-UFMG, 2014, p. 104-114.

VENTURA, Felipe. O que é o Ecad? E por que ele está cobrando direito autoral de blogs? *Gizmodo Brasil* (UOL), [s.l.], 8 mar. 2012. Disponível em: <<http://gizmodo.uol.com.br/o-que-e-o-ecad-e-por-que-ele-esta-cobrando-direito-autoral-de-blogs/>>. Acesso em: 20 maio 2016.

VIANA, Nildo. *A esfera artística: Marx, Weber, Bourdieu e a Sociologia da Arte*. Porto Alegre: Zouk, 2007.

VIDAL, Gabriel Rigoldi. Privacidade e internet. In: *Revista Eletrônica de Direito/UNESP*, Franca, São Paulo, n.1, 2010, p. 1-11.

VIEIRA, André. Artistas acusam ECAD de perseguição. In: *Observatório do Direito à Comunicação*, [s.l.], 3 out. 2011. Disponível em:

<http://www.direitoacomunicacao.org.br/content.php?option=com_content&task=view&id=8413> Acesso em: 23 mar. 2012.

WACHOWICZ, Marcos. (org.) *Por que mudar a lei de direito autoral: estudos e pareceres*. Florianópolis: Fundação Boiteux, 2011. Disponível em: <http://www.gedai.com.br/sites/default/files/publicacoes/ebook_porquemudarlda_v3.pdf>. Acesso em: 20 maio 2016.

WACHOWICZ, Marcos; SANTOS, Manoel J. Pereira dos. (orgs.). *Estudos de Direito de Autor; a revisão da Lei de Direitos Autorais*. Florianópolis: Fundação Boiteux, 2010. Disponível em: <http://www.direitoautoral.ufsc.br/gedai/wp-content/uploads/livros/GedaiUFSC_Livro_EstudosDirAutor_vfinal.pdf>. Acesso em: 20 maio 2016.

WILLIAMS, Raymond. *Cultura*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2011a.

WILLIAMS, Raymond. *Política do modernismo*. São Paulo: Ed. Unesp, 2011b.

WINGFIELD, Nick. Mercado de games tem virada digital em 2015. *Estadão*, The New York Times, [s.l.], 27 dez. 2015. Disponível em: <<http://economia.estadao.com.br/noticias/geral,mercado-de-games-tem-virada-digital-em-2015,10000005763>>. Acesso em: 26 jan. 2016.

WOOD JR, Thomaz. O fim do trabalho? *Carta Capital*, São Paulo, 3 ago. 2015. Disponível em: <<http://www.cartacapital.com.br/revista/860/o-fim-do-trabalho-5512.html>>. Acesso em: 3 ago. 2015

ANEXO

TABELA 8 – Listagem das 713 notícias do *G1* que compõem o *corpus* documental da pesquisa

(Continua)

ITEM	TÍTULO DA NOTÍCIA
1	G1 - Torre Malakoff, no Recife, recebe Festival de Poesia até domingo - notícias em Pernambuco.pdf
2	G1 - Google lança serviço de música para dispositivos móveis Android - notícias em Pop & Arte.pdf
3	G1 - Apple dará US\$ 10 mil a quem baixar o app de nº 50 bilhões - notícias em Tecnologia e Games.pdf
4	G1 - Fundador do Dead Kennedys defende banda sem Jello Biafra - notícias em Música.pdf
5	G1 - Banda paraense lança disco nesta quinta-feira, em Belém - notícias em Pará.pdf
6	G1 - Amazon lança serviço que converte músicas de discos de vinil para MP3 - notícias em Tecnologia e Games.pdf
7	G1 - Uso de rádio na web cresce entre ouvintes com até 35 anos, diz estudo - notícias em Tecnologia e Games.pdf
8	G1 - Deadmau5 no Lolla tem remix rock, 'cosplay' e 'enfermeira maluca' - notícias em Lollapalooza 2013.pdf
9	G1 - Organização antispam sofre maior ataque cibernético da história - notícias em Tecnologia e Games.pdf
10	G1 - RapidShare limitará contas gratuitas a 5 GB e apagará arquivos - notícias em Tecnologia e Games.pdf
11	G1 - Luan Santana dança ao som de 'Harlem Shake'; veja vídeo - notícias em Música.pdf
12	G1 - 'Os Simpsons' dançam ao som de 'Harlem shake'; veja - notícias em Pop & Arte.pdf
13	G1 - Receita com venda de música volta a subir após 13 anos - notícias em Mundo.pdf
14	G1 - Vendas de música têm primeira alta desde 1999 - notícias em Música.pdf
15	G1 - Vendas de música têm em 2012 primeira alta desde 1999 - notícias em Tecnologia e Games.pdf
16	G1 - Avião de caça em praça vira cenário de gravação do viral 'Harlem shake' - notícias em Campinas e Região.pdf
17	G1 - Banda Chimpanzés de Gaveta se apresenta neste domingo, em Goiânia - notícias em Goiás.pdf

TABELA 8 – Listagem das 713 notícias do *G1* que compõem o *corpus* documental da pesquisa

ITEM	TÍTULO DA NOTÍCIA
18	G1 - Rock de Goiânia e do Pará se encontram nesta sexta, em Belém - notícias em Pará.pdf
19	G1 - Funk Como Le Gusta lança novo CD no Sesc São Carlos nesta quinta-feira - notícias em São Carlos e Região.pdf
20	G1 - 'Rock Band' não receberá novas músicas por download a partir de abril - notícias em Tecnologia e Games.pdf
21	G1 - Trilha de vídeos com dança bizarra, 'Harlem shake' sobe nas paradas - notícias em Música.pdf
22	G1 - Com 25 bilhões de músicas baixadas, iTunes quebra recorde para a Apple - notícias em Tecnologia e Games.pdf
23	G1 - Tecnobrega do Strokes é bom, diz Gaby Amarantos sobre música - notícias em Música.pdf
24	G1 - Gaby Amarantos comenta nova música do Strokes_ 'Supertecnobrega' - notícias em Música.pdf
25	G1 - Banda Strokes lança nova música em seu site; ouça 'One way trigger' - notícias em Música.pdf
26	G1 - Cantora Tulipa Ruiz faz show para crianças no CCBB de Brasília - notícias em Distrito Federal.pdf
27	G1 - Locadora de DVDs Blockbuster UK passa à gestão da Deloitte - notícias em Tecnologia e Games.pdf
28	G1 - Discos mais baratos e curtos, EPs ganham força no mercado do Brasil - notícias em Música.pdf
29	G1 - Calcinha Preta lança clipe de forró inspirado em 'Crepúsculo' - notícias em Música.pdf
30	G1 - Site acha 'piratas' de BitTorrent em gravadoras e no governo dos EUA - notícias em Tecnologia e Games.pdf
31	G1 - Adele tem o álbum mais vendido de 2012 no iTunes com '21' - notícias em Música.pdf
32	G1 - Álbum _21_, de Adele, é o mais vendido no iTunes em 2012 - notícias em Tecnologia e Games.pdf
33	G1 - Jorge Drexler idealiza aplicativo para público editar suas canções - notícias em Pop & Arte.pdf

TABELA 8 – Listagem das 713 notícias do *G1* que compõem o *corpus* documental da pesquisa

ITEM	TÍTULO DA NOTÍCIA
34	G1 - Presos dançam 'Gangnam style' em competição em cadeia na Tailândia - notícias em Música.pdf
35	G1 - Varginha e Nepomuceno integram o 'IV Festival de Arte e Cultura' - notícias em Sul de Minas.pdf
36	G1 - Música 'Gangnam Style' é lançada por download para 'Just Dance 4' - notícias em Tecnologia e Games.pdf
37	G1 - Samsung lidera mercado de celulares nos EUA com 26% de participação - notícias em Tecnologia e Games.pdf
38	G1 - Emcantar grava DVD do espetáculo Escutatória em Uberaba, MG - notícias em Triângulo Mineiro.pdf
39	G1 - Sandy divulga música nova, 'Aquele dos 30'; ouça - notícias em Música.pdf
40	G1 - Vinis remasterizados dos Beatles incluem 'lados B' e faixas raras - notícias em Música.pdf
41	G1 - Música 'Gangnam Style' será vendida por download no game 'Just Dance 4' - notícias em Tecnologia e Games.pdf
42	G1 - Instante Posterior – Bruno Medina » No Final do Arco-Íris » Arquivo.pdf
43	G1 - Microsoft lança serviço Xbox Music, para concorrer com Apple - notícias em Tecnologia e Games.pdf
44	G1 - Rolling Stones lança single 'Doom and gloom'; ouça a música - notícias em Música.pdf
45	G1 - Rolling Stones lançará single 'Doom and gloom' nesta quinta-feira - notícias em Música.pdf
46	G1 - 'O download é um começo de relação', diz Tulipa Ruiz - notícias em Música.pdf
47	G1 - Oi inaugura rede 4G com cinco antenas na Zona Sul do Rio - notícias em Tecnologia e Games.pdf
48	G1 - Sertanília lança primeiro CD e disponibiliza faixas para download - notícias em Bahia.pdf
49	G1 - SP tem atividades gratuitas no 'Mês da Cultura Independente' - notícias em São Paulo.pdf
50	G1 - Google encerra serviço de música na China - notícias em Tecnologia e Games.pdf
51	G1 - Google encerra serviço de música na China - notícias em Pop & Arte.pdf

TABELA 8 – Listagem das 713 notícias do *G1* que compõem o *corpus* documental da pesquisa

ITEM	TÍTULO DA NOTÍCIA
52	G1 - Brasil é 5º país em download ilegal de músicas; conheça os mais pirateados - notícias em Mundo.pdf
53	G1 - Zeca Camargo » O primeiro livro digital a gente nunca esquece » Arquivo.pdf
54	G1 - Banda alternativa de Sergipe mostra trabalho autoral no Recife nesta terça - notícias em Pernambuco.pdf
55	G1 - Samsung enfrenta desafio para fidelizar clientes, dizem analistas - notícias em Tecnologia e Games.pdf
56	G1 - Bob Dylan disponibiliza novo álbum, 'Tempest', para audição em streaming - notícias em Música.pdf
57	G1 - Bruce Willis quer que filhas fiquem com suas MP3s após morte, diz site - notícias em Música.pdf
58	G1 - 'Livro de ouvir' resgata clima de radionovela e vira opção no trânsito - notícias em BienaldoLivroSP2012.pdf
59	G1 - Gloria apresenta 'rock pesado' de novo CD em Brasília neste sábado - notícias em Distrito Federal.pdf
60	G1 - George Soros quer investir US\$ 100 milhões para operar 4G em Campinas - notícias em Campinas e Região.pdf
61	G1 - Serviço de vídeos Vevo anuncia chegada ao Brasil - notícias em Tecnologia e Games.pdf
62	G1 - Taylor Swift anuncia disco para outubro e mostra novo single; ouça - notícias em Música.pdf
63	G1 - Cannibal experimenta outras sonoridades no projeto Café Preto - notícias em Pernambuco.pdf
64	G1 - Cantor Billy Gilman começa a distribuir sapatos em ação com ONG - notícias em Pop & Arte.pdf
65	G1 - Banda amazonense Luneta Mágica lança o primeiro álbum na internet - notícias em Amazonas.pdf
66	G1 - Novo aplicativo de música, biit é lançado no Brasil na CP Recife - notícias em Campus Party Recife 2012.pdf
67	G1 - 'Conhecimento não é propriedade', defende sueco do Partido Pirata - notícias em Rio Grande do Sul.pdf

TABELA 8 – Listagem das 713 notícias do *G1* que compõem o *corpus* documental da pesquisa

(Continua)

ITEM	TÍTULO DA NOTÍCIA
68	G1 - Música celta é atração no teatro Procópio Ferreira em Tatuí, SP - notícias em Itapetininga e Região.pdf
69	G1 - 'O Brasil está carente de ídolos', diz vocalista do Detonautas em Cuiabá - notícias em Mato Grosso.pdf
70	G1 - Justiça do Canadá derruba direitos por download musical - notícias em Tecnologia e Games.pdf
71	G1 - Justiça do Canadá derruba direitos por download musical - notícias em Pop & Arte.pdf
72	G1 - Banda Cascadura é um dos expoentes no cenário do rock no país - notícias em Bahia.pdf
73	G1 - Líder do RPM vê rock fora do topo, elogia Teló e busca novo 'Olhar 43' - notícias em Campinas e Região.pdf
74	G1 - Blur lança duas músicas novas ao vivo pelo Twitter neste sábado - notícias em Música.pdf
75	G1 - Álbuns superam faixas e se reafirmam como carro-chefe da indústria fonográfica - notícias em Pop & Arte.pdf
76	G1 - Banda amazonense Malbec divulga primeiro álbum na internet - notícias em Amazonas.pdf
77	G1 - Smartphones e Facebook ajudam música online a amadurecer - notícias em Tecnologia e Games.pdf
78	G1 - Leilão de 4G abre caminho para a banda larga ultrarrápida no país - notícias em Tecnologia e Games.pdf
79	G1 - Oi e TIM levam os dois últimos lotes nacionais da telefonia móvel 4G - notícias em Tecnologia e Games.pdf
80	G1 - Com oferta de R\$ 1,05 bilhão, Vivo vence segundo lote do leilão 4G - notícias em Tecnologia e Games.pdf
81	G1 - Claro vence leilão do primeiro lote nacional da telefonia 4G - notícias em Tecnologia e Games.pdf
82	G1 - Anatel dá início a leilão da telefonia móvel de quarta geração - notícias em Tecnologia e Games.pdf
83	G1 - Vendas online de música superam CDs pela primeira vez no Reino Unido - notícias em Pop & Arte.pdf
84	G1 - Banda The Baggios lança EP acústico em Aracaju - notícias em Sergipe.pdf

TABELA 8 – Listagem das 713 notícias do *G1* que compõem o *corpus* documental da pesquisa

(Continua)

ITEM	TÍTULO DA NOTÍCIA
85	G1 - John Frusciante, ex-Red Hot Chili Peppers, lança discos no 2º semestre - notícias em Música.pdf
86	G1 - Corte nega recurso de jovem condenado por downloads ilegais - notícias em Tecnologia e Games.pdf
87	G1 - Leoni pretende atrair novos públicos na Virada Cultural de Rio Preto, SP - notícias em Rio Preto e Araçatuba.pdf
88	G1 - Criolo diz que poder cantar junto com o público é uma grande vitória - notícias em Paraná.pdf
89	G1 - Baterista está fora de shows de retorno do Black Sabbath - notícias em Pop & Arte.pdf
90	G1 - Assuntos no Twitter - quarta-feira, 2_05_2012 - notícias em Tecnologia e Games.pdf
91	G1 - Repleto de participações, Zeca Baleiro lança CD 'esquizofrênico' - notícias em Pop & Arte.pdf
92	G1 - Marcelo Camelo lança 2º disco e desafia 'olhar pokémon' sobre a arte - notícias em Pop & Arte.pdf
93	G1 - Nokia lança celular Windows com tecnologia de pagamento sem fio - notícias em Tecnologia e Games.pdf
94	G1 - Forrozeiras do Ceará deixam banda e apostam no 'pé de serra jovem' - notícias em Ceará.pdf
95	G1 - Fresno aparece com visual retrô em clipe para hit de Erasmo Carlos; veja - notícias em Pop & Arte.pdf
96	G1 - Destaques no cenário musical, Criolo e Emicida fazem show em Piracicaba - notícias em Piracicaba e Região.pdf
97	G1 - Editoras criam sites para encontrar e divulgar novos talentos da literatura - notícias em Pop & Arte.pdf
98	G1 - Próximos astros da literatura talvez sejam descobertos online - notícias em Tecnologia e Games.pdf
99	G1 - Ativistas sírios criticam supostos e-mails vazados do presidente Assad - notícias em Revolta Árabe.pdf
100	G1 - Ativistas sírios _enojados_ não se chocam com e-mails de Assad - notícias em Mundo.pdf
101	G1 - _Hoje é tudo em 5 minutos_, afirma João Barone sobre música digital - notícias em Ribeirão e Franca.pdf

TABELA 8 – Listagem das 713 notícias do *G1* que compõem o *corpus* documental da pesquisa

ITEM	TÍTULO DA NOTÍCIA
102	G1 - Gossip lança em maio novo disco inspirado no ABBA - notícias em Mundo.pdf
103	G1 - Fã clube do cantor Guilherme Arantes faz 30 anos em Varginha - notícias em Sul de Minas.pdf
104	G1 - Campus Party tem uma das principais palestras cancelada - notícias em Tecnologia e Games.pdf
105	G1 - Portões da Campus Party são abertos para inscritos no evento - notícias em Tecnologia e Games.pdf
106	G1 - Quinta edição da Campus Party começa nesta segunda-feira - notícias em Tecnologia e Games.pdf
107	G1 - Primeiros da fila chegam 28 horas antes do início da Campus Party - notícias em Tecnologia e Games.pdf
108	G1 - Comissão Europeia apoia novos modelos de negócio como TV conectada à internet - notícias em Pop & Arte.pdf
109	G1 - Governo dos EUA fecha Megaupload e prende seu fundador - notícias em Tecnologia e Games.pdf
110	G1 - DJ Tiësto estará em primeira transmissão de show do Twitter - notícias em Tecnologia e Games.pdf
111	G1 - Música digital ajuda indústria a ter aumento nas vendas após 7 anos - notícias em Tecnologia e Games.pdf
112	G1 - Quero ser pirateado, dizem artistas como Emicida e Gaby Amarantos - notícias em Pop & Arte.pdf
113	G1 - Espanha aprova lei contra o download de conteúdo protegido - notícias em Tecnologia e Games.pdf
114	G1 - Artistas famosos marcam fim de ano com apostas em músicas natalinas - notícias em Pop & Arte.pdf
115	G1 - Tire suas dúvidas sobre o portátil PlayStation Vita - notícias em Tecnologia e Games.pdf
116	G1 - Apple lança iTunes Store no Brasil - notícias em Tecnologia e Games.pdf
117	G1 - Leoni passa por Uberlândia e fala sobre a carreira na era da internet - notícias em Triângulo Mineiro.pdf
118	G1 - Governo da Suíça decide que download de música não é ilegal - notícias em Tecnologia e Games.pdf

TABELA 8 – Listagem das 713 notícias do *G1* que compõem o *corpus* documental da pesquisa

(Continua)

ITEM	TÍTULO DA NOTÍCIA
119	G1 - Napster sai do ar oficialmente - notícias em Tecnologia e Games.pdf
120	G1 - Provedores de internet não devem monitorar usuários, diz UE - notícias em Tecnologia e Games.pdf
121	G1 - Provedores de Internet não devem monitorar usuários, diz UE - notícias em Pop & Arte.pdf
122	G1 - Google lança sua loja de música virtual nos EUA - notícias em Mundo.pdf
123	G1 - Black Sabbath anuncia retorno para 2012 - notícias em Pop & Arte.pdf
124	G1 - Rihanna divulga novo álbum e sobe no ranking do iTunes - notícias em Pop & Arte.pdf
125	G1 - Música on-line vai movimentar US\$ 6,3 bilhões em 2011, diz Gartner - notícias em Tecnologia e Games.pdf
126	G1 - Tibério Azul apresenta músicas do novo disco solo no Recife - notícias em Pernambuco.pdf
127	G1 - Ópera pop vai contar passagem de Maurício de Nassau por Pernambuco - notícias em Pernambuco.pdf
128	G1 - Mombojó festeja 10º aniversário no Recife, com show 'bancado' pelos fãs - notícias em Pernambuco.pdf
129	G1 - História da Apple é permeada por ações judiciais com empresas - notícias em Tecnologia e Games.pdf
130	G1 - Novo iPhone 4S ganha chip e internet mais rápidos, mas não muda por fora - notícias em Tecnologia e Games.pdf
131	G1 - Rhapsody compra Napster; assinantes serão transferidos - notícias em Tecnologia e Games.pdf
132	G1 - Corte Suprema dos EUA rejeita caso de download de música - notícias em Tecnologia e Games.pdf
133	G1 - Assuntos do dia no Twitter - quinta-feira, 15_9_2011 - notícias em Tecnologia e Games.pdf
134	G1 - Novo álbum de Kanye West vaza na internet - notícias em Pop & Arte.pdf
135	G1 - Kanye West lança música de Natal - notícias em Pop & Arte.pdf
136	G1 - Jay-Z e Kanye West surpreendem e lançam álbum conjunto no iTunes - notícias em Pop & Arte.pdf

TABELA 8 – Listagem das 713 notícias do *G1* que compõem o *corpus* documental da pesquisa

		(Continua)
ITEM	TÍTULO DA NOTÍCIA	
137	G1 - Lenny Kravitz pinta EUA de preto e branco com seu novo disco - notícias em Pop & Arte.pdf	
138	G1 - Pearl Jam cria rádio online com 24 horas de programação da banda - notícias em Pop & Arte.pdf	
139	G1 - Pearl Jam comemora 20 anos e relança 'Vs'.pdf	
140	G1 - Músicos do Korn, Bad Religion e Faith No More formam nova banda - notícias em Pop & Arte.pdf	
141	G1 - Strokes divulga nova música na web - notícias em Pop & Arte.pdf	
142	G1 - Strokes lança novo clipe; assista - notícias em Pop & Arte.pdf	
143	G1 - 'Fico feliz por compararem o Beady Eye com o Oasis', diz Liam Gallagher - notícias em Pop & Arte.pdf	
144	G1 - Facebook prepara serviço social de música com parceiros - notícias em Tecnologia e Games.pdf	
145	G1 - Vendas de disco e single de Beyoncé melhoram com anúncio de gravidez - notícias em Pop & Arte.pdf	
146	G1 - Tira-dúvidas_ aprenda a converter músicas de discos de vinil para MP3 - notícias em Tecnologia e Games.pdf	
147	G1 - Tom Waits lança disco após sete anos sem gravar - notícias em Pop & Arte.pdf	
148	G1 - 'Não espere por isso', diz A Banda Mais Bonita da Cidade sobre virar hit - notícias em Paraná.pdf	
149	G1 - Eminem é o primeiro a vender 1 milhão de CDs por download nos EUA - notícias em Pop & Arte.pdf	
150	G1 - The Darkness volta a tocar em festivais após cinco anos de pausa - notícias em Pop & Arte.pdf	
151	G1 - Jovens fazem sucesso no YouTube e ganham dinheiro com 'funk do bem' - notícias em Pop & Arte.pdf	
152	G1 - Amazon vende novo álbum de Lady Gaga em versão 'na nuvem' por US\$ 1 - notícias em Tecnologia e Games.pdf	
153	G1 - Detonautas lança versão de 'Back in black' do AC_DC; ouça - notícias em Pop & Arte.pdf	
154	G1 - Lady Gaga divulga nomes das canções do novo álbum - notícias em Pop & Arte.pdf	

TABELA 8 – Listagem das 713 notícias do *G1* que compõem o *corpus* documental da pesquisa

(Continua)

ITEM	TÍTULO DA NOTÍCIA
155	G1 - Google negocia aliança com Spotify para lançar serviço de música - notícias em Mundo.pdf
156	G1 - Lady Gaga posa com roupa transparente e se irrita com críticos - notícias em Pop & Arte.pdf
157	G1 - Lady Gaga lança 'Judas', segundo single do CD 'Born this way' - notícias em Pop & Arte.pdf
158	G1 - Bob Dylan se apresenta na China e abre as portas para outros artistas - notícias em Pop & Arte.pdf
159	G1 - Estabilidade econômica impulsiona festivais de rock na América Latina - notícias em Pop & Arte.pdf
160	G1 - Novo disco do Foo Fighters vaza na internet - notícias em Pop & Arte.pdf
161	G1 - Banda de hard rock The Darkness está de volta após cinco anos - notícias em Pop & Arte.pdf
162	G1 - Criador do Napster pode comprar a gravadora Warner - notícias em Pop & Arte.pdf
163	G1 - Novo disco do Arctic Monkeys será lançado em 6 de junho - notícias em Pop & Arte.pdf
164	G1 - Não gostei - G1 ouviu o novo álbum do Radiohead e dá duas opiniões - notícias em Pop & Arte.pdf
165	G1 - Radiohead antecipa lançamento de novo álbum para esta sexta-feira (18) - notícias em Pop & Arte.pdf
166	G1 - Radiohead irá lançar novo álbum em 19 de fevereiro - notícias em Pop & Arte.pdf
167	G1 - Strokes libera novo single para download gratuito nesta quarta-feira - notícias em Pop & Arte.pdf
168	G1 - R.E.M.pdf
169	G1 - Venda de música pela internet representa 29% do negócio fonográfico - notícias em Mundo.pdf
170	G1 - Nokia descontinua programa de música grátis em 27 países - notícias em Tecnologia e Games.pdf
171	G1 - Novo single de Britney Spears vaza na internet - notícias em Pop & Arte.pdf
172	G1 - Avril Lavigne libera novo single para download gratuito na internet - notícias em Pop & Arte.pdf

TABELA 8 – Listagem das 713 notícias do *G1* que compõem o *corpus* documental da pesquisa

(Continua)

ITEM	TÍTULO DA NOTÍCIA
173	G1 - Flaming Lips irá lançar uma música por mês durante 2011 - notícias em Pop & Arte.pdf
174	G1 - Em 'livro elegante', Lobão relata uso de drogas e briga com Herbert Vianna - notícias em Pop & Arte.pdf
175	G1 - REM lança CD em março e disponibiliza single para download - notícias em Pop & Arte.pdf
176	G1 - Gravado inteiramente com um iPad, disco do Gorillaz sai até o fim do ano - notícias em Pop & Arte.pdf
177	G1 - Nova banda de Liam Gallagher revela detalhes do primeiro álbum - notícias em Pop & Arte.pdf
178	G1 - LCD Soundsystem retorna ao Brasil para shows em fevereiro - notícias em Pop & Arte.pdf
179	G1 - Nova banda de Liam Gallagher agenda seus primeiros shows - notícias em Pop & Arte.pdf
180	G1 - Álbuns dos Beatles dominam top 20 do iTunes em menos de 24 horas - notícias em Pop & Arte.pdf
181	G1 - Girl Talk libera íntegra do novo disco para download gratuito - notícias em Pop & Arte.pdf
182	G1 - Blur admite que pode fazer 'algo pequeno' em janeiro de 2011 - notícias em Pop & Arte.pdf
183	G1 - Liam Gallagher libera para download primeira música de sua nova banda - notícias em Pop & Arte.pdf
184	G1 - Tribunal manda fechar serviço de de música on-line LimeWire - notícias em Tecnologia e Games.pdf
185	G1 - Juiz fecha serviço de compartilhamento de música Limewire - notícias em Tecnologia e Games.pdf
186	G1 - Google planeja lançar serviço de música na Índia, diz jornal - notícias em Tecnologia e Games.pdf
187	G1 - Hot Chip libera música com ex-vocalista do New Order na internet - notícias em Pop & Arte.pdf
188	G1 - Justiça dos EUA ordena revisão no licenciamento de música online - notícias em Tecnologia e Games.pdf

TABELA 8 – Listagem das 713 notícias do *G1* que compõem o *corpus* documental da pesquisa

(Continua)

ITEM	TÍTULO DA NOTÍCIA
189	G1 - Miike Snow toca em São Paulo após show no Rio financiado por fãs - notícias em Pop & Arte.pdf
190	G1 - Reino Unido atinge marca de 500 milhões de downloads de música - notícias em Tecnologia e Games.pdf
191	G1 - Músicas de Trent Reznor para filme sobre Facebook podem ser baixadas - notícias em Pop & Arte.pdf
192	G1 - Smashing Pumpkins libera nova canção inédita para download gratuito - notícias em Pop & Arte.pdf
193	G1 - Google planeja lançar serviço de música on-line até o final do ano - notícias em Tecnologia e Games.pdf
194	G1 - 'Rock Band' terá músicas do rapper Snoop Dogg - notícias em Pop & Arte.pdf
195	G1 - Slipknot vai gravar novo álbum após morte de Paul Gray, diz baterista - notícias em Pop & Arte.pdf
196	G1 - Entrevista transformada em música vira sucesso no iTunes - notícias em Tecnologia e Games.pdf
197	G1 - 'Rock band 3' terá músicas de Amy Winehouse e Bob Marley; veja lista - notícias em Tecnologia e Games.pdf
198	G1 - Novo álbum dos Klaxons vaza na internet - notícias em Pop & Arte.pdf
199	G1 - Coletânea com músicas de Syd Barrett será lançada em outubro - notícias em Pop & Arte.pdf
200	G1 - Faixa do Black Eyed Peas bate marca dos 6 milhões de downloads - notícias em Pop & Arte.pdf
201	G1 - Novos VIPs ganham shows na web, clipe interativo e até festa no camarim - notícias em Pop & Arte.pdf
202	G1 - Cantora lança CD com versões de músicas do Radiohead no ukulele - notícias em Pop & Arte.pdf
203	G1 - Fugazi prepara lançamento digital de todo seu arquivo gravado ao vivo - notícias em Pop & Arte.pdf
204	G1 - Álbuns da Apple Records, selo dos Beatles, serão remasterizados - notícias em Pop & Arte.pdf
205	G1 - Brian Wilson lança álbum em homenagem a George Gershwin - notícias em Pop & Arte.pdf

TABELA 8 – Listagem das 713 notícias do *G1* que compõem o *corpus* documental da pesquisa

(Continua)

ITEM	TÍTULO DA NOTÍCIA
206	G1 - Banda oferece download de música pelo valor simbólico de uma 'twittada' - notícias em Pop & Arte.pdf
207	G1 - Cyndi Lauper regrava clássicos do blues em novo álbum - notícias em Pop & Arte.pdf
208	G1 - 'Criei um novo mundo para a música', diz criador do site Hype Machine - notícias em Pop & Arte.pdf
209	G1 - Premiação indica os destaques da música brasileira no mercado digital - notícias em Pop & Arte.pdf
210	G1 - Iron Maiden prepara lançamento de novo álbum para agosto - notícias em Pop & Arte.pdf
211	G1 - Músicas do seriado 'Lost' podem sair no game 'Rock Band 2' - notícias em Tecnologia e Games.pdf
212	G1 - Álbum póstumo de ex-integrante do Wilco será lançado de graça na web - notícias em Pop & Arte.pdf
213	G1 - Baixista do Interpol anuncia saída da banda de Nova York - notícias em Pop & Arte.pdf
214	G1 - John Frusciante e guitarrista do Mars Volta lançam disco com preço aberto - notícias em Música.pdf
215	G1 - Sertanejo se renova e invade espaços 'chiques' - notícias em Música.pdf
216	G1 - Interpol oferece nova música para download em site oficial - notícias em Música.pdf
217	G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - Nokia planeja lançar serviço de música na Índia.pdf
218	G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - Função multitarefa é destaque da nova versão do sistema operacional do iPhone.pdf
219	G1 - Pop & Arte - NOTÍCIAS - Ex-RBD apela para a magia em nova série da Fox.pdf
220	G1 - Games - NOTÍCIAS - Canadense recria álbum clássico do Pink Floyd em versão 8 bits.pdf
221	G1 - Música - NOTÍCIAS - 'Rock Band' terá músicas de Jimi Hendrix disponíveis para download.pdf
222	G1 - Economia e Negócios - NOTÍCIAS - Ganho das operadoras com serviços para celular chega a R\$ 2,4 bilhões.pdf
223	G1 - Música - NOTÍCIAS - DJs brasileiros participam de coletânea de Moby.pdf
224	G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - Pirataria na internet afeta mercado de trabalho, diz

estudo.pdf

TABELA 8 – Listagem das 713 notícias do *G1* que compõem o *corpus* documental da pesquisa

(Continua)

ITEM	TÍTULO DA NOTÍCIA
225	G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - Aumento de downloads eleva royalties musicais no Reino Unido.pdf
226	G1 - Música - NOTÍCIAS - Disco do LCD Soundsystem vaza e vira tema popular no Twitter no Brasil.pdf
227	G1 - Pop & Arte - Novo disco do LCD Soundsystem já pode ser ouvido em site da banda - notícias em Música.pdf
228	G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - Aparelhos de GPS vão além de mostrar o melhor caminho.pdf
229	G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - Versão espanhola de 'We are the world' é campeã em downloads no iTunes.pdf
230	G1 - Games - NOTÍCIAS - 'The Beatles_ Rock band' terá 'All you need is love' no PlayStation 3 e no Wii.pdf
231	G1 - Música - NOTÍCIAS - Líder do Nine Inch Nails confirma que banda vai gravar material novo em 2010.pdf
232	G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - Tribunal dos EUA reabre ação antitruste sobre download de música.pdf
233	G1 - Música - NOTÍCIAS - Serviço eMusic fecha acordo com Warner Music.pdf
234	G1 - Economia e Negócios - NOTÍCIAS - Economia aquecida deve liberar 'desejo represado' de consumo em 2010.pdf
235	G1 - Música - NOTÍCIAS - Álbum-tributo a David Bowie terá Carla Bruni, Duran e John Frusciante.pdf
236	G1 - Música - NOTÍCIAS - Bono defende luta contra download de músicas e filmes.pdf
237	G1 - Música - NOTÍCIAS - Confira lista de discos com lançamento previsto para 2010.pdf
238	G1 - Música - NOTÍCIAS - Música do Snow Patrol é a mais tocada da década no Reino Unido.pdf
239	G1 - Games - NOTÍCIAS - Game 'Rock band' terá música 'Rock 'n' roll high school', do The Ramones.pdf
240	G1 - Games - NOTÍCIAS - 'Rock band' recebe pacote com músicas de Paul McCartney.pdf
241	G1 - Música - NOTÍCIAS - Vocalista do Weezer paga US\$ 208 para fãs regravarem demo.pdf

242 G1 - Música - NOTÍCIAS - Flaming Lips lança versão de 'The dark side of the moon'.pdf

TABELA 8 – Listagem das 713 notícias do *G1* que compõem o *corpus* documental da pesquisa

(Continua)

ITEM	TÍTULO DA NOTÍCIA
243	G1 - Zeca Camargo » Os 15 (+1) melhores discos que você não ouviu em 2009 » Arquivo.pdf
244	G1 - Música - NOTÍCIAS - Otto busca inspiração em obra de Kafka para novo álbum - veja lançamentos.pdf
245	G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - EUA obrigam estudante a destruir músicas baixadas ilegalmente.pdf
246	G1 - Música - NOTÍCIAS - Vocalista do Stone Temple Pilots lança canção natalina.pdf
247	G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - Apple compra serviço de música Lala.pdf
248	G1 - Música - NOTÍCIAS - Lily Allen diz que fará pausa na carreira de cantora.pdf
249	G1 - Música - NOTÍCIAS - Vocalista do Strokes diz que vai lançar música de Natal.pdf
250	G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - 'Pai' da internet critica desconexão para combater downloads ilegais.pdf
251	G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - Sony lançará serviço de entretenimento online em 2010.pdf
252	G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - Brasileiro gasta 66 horas por mês na internet, diz estudo.pdf
253	G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - Quem faz download ilegal 'gasta mais com música', diz pesquisa.pdf
254	G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - Serviço de download de música legal faz acordo com maior site de busca da China.pdf
255	G1 - Games - NOTÍCIAS - Recém-lançado, 'DJ hero' já recebe primeiras músicas por download.pdf
256	G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - Google reforça nos EUA mecanismo para buscas de música.pdf
257	G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - Tire suas dúvidas sobre os leitores digitais.pdf
258	G1 - Música - NOTÍCIAS - Venda de singles atinge recorde em 2009 na Grã-Bretanha.pdf
259	G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - Saiba como escolher um plano de banda larga.pdf
260	G1 - Games - NOTÍCIAS - Queen aparece na forma de brinquedo Lego em game musical.pdf
261	G1 - Games - NOTÍCIAS - Produtora divulga lista completa de músicas de 'Band hero'.pdf

- 262 G1 - Música - NOTÍCIAS - 'Baixo música na internet o tempo todo', diz Perry Farrell, do Jane's Addiction.pdf

TABELA 8 – Listagem das 713 notícias do *G1* que compõem o *corpus* documental da pesquisa

(Continua)

ITEM	TÍTULO DA NOTÍCIA
263	G1 - Música - NOTÍCIAS - 'Não fiquei rico com o Guns N' Roses', diz ex-baixista do grupo.pdf
264	G1 - Games - NOTÍCIAS - 'Guitar hero 5' mantém fórmula de sucesso e foca em jogadores experientes.pdf
265	G1 - Games - NOTÍCIAS - 'Lego rock band' terá censura para músicas compradas em loja virtual.pdf
266	G1 - Pop & Arte - NOTÍCIAS - Clientes de banco têm prioridade no lançamento do novo Bob Dylan.pdf
267	G1 - Música - NOTÍCIAS - Paulistano de 22 anos recria show do Radiohead só com vídeos de fãs.pdf
268	G1 - Música - NOTÍCIAS - Liberar ou não o download_ dilema do MP3 ilegal volta a tirar o sono dos artistas.pdf
269	G1 - Música - NOTÍCIAS - 'É quase proibido questionar a internet', diz Fred Zero Quatro.pdf
270	G1 - Música - NOTÍCIAS - 'Quase me casei por causa da internet', diz cantora da música do Google.pdf
271	G1 - Música - NOTÍCIAS - Cantor do Radiohead lança clipe de música solo.pdf
272	G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - Artistas britânicos se dividem sobre compartilhamento de arquivos pela web.pdf
273	G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - Artistas falam sobre decisão da justiça brasileira contra download ilegal.pdf
274	G1 - Música - NOTÍCIAS - Titãs lançam 'Sacos plásticos' com shows em São Paulo.pdf
275	G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - Gravadoras obtêm decisão inédita contra troca de arquivos no Brasil.pdf
276	G1 - Música - NOTÍCIAS - Pearl Jam vai direto ao ponto em 'Backspacer' - veja mais lançamentos.pdf
277	G1 - Pop & Arte - NOTÍCIAS - Fãs fazem fila por CDs remasterizados e videogame dos Beatles.pdf

- 278 G1 - Games - NOTÍCIAS - 'Rock band' transforma história dos Beatles em clássico interativo.pdf
- 279 G1 - Música - NOTÍCIAS - Paul McCartney diz que quer músicas dos Beatles disponíveis para download.pdf

TABELA 8 – Listagem das 713 notícias do *G1* que compõem o *corpus* documental da pesquisa

(Continua)

ITEM	TÍTULO DA NOTÍCIA
280	G1 - Música - NOTÍCIAS - Yoko Ono diz que catálogo dos Beatles será lançado no iTunes nesta quarta.pdf
281	G1 - Música - NOTÍCIAS - Cantor do Radiohead vai lançar duas músicas inéditas.pdf
282	G1 - Games - NOTÍCIAS - Site revela nome de última música da lista do jogo 'Beatles_ rock band'.pdf
283	G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - Inglaterra estuda punir download ilegal com restrições de acesso à web.pdf
284	G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - Internet brasileira cresce 10% e chega a 36,4 milhões de usuários.pdf
285	G1 - Música - NOTÍCIAS - Radiohead libera faixa inédita para download e prepara novo material.pdf
286	G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - Cisco diz que pode melhorar relação entre tecnologia e música.pdf
287	G1 - Instante Posterior – Bruno Medina » O CD vai ficar mais barato_ e daí_ » Arquivo.pdf
288	G1 - Games - NOTÍCIAS - Confira a lista final com as 85 músicas de 'Guitar hero 5'.pdf
289	G1 - Música - NOTÍCIAS - Robbie Williams vai lançar novo álbum em novembro.pdf
290	G1 - Música - NOTÍCIAS - Arctic Monkeys amadurecem em terceiro disco - veja mais lançamentos.pdf
291	G1 - Pop & Arte - NOTÍCIAS - Músicos transformam Weezer, Daft Punk e até Miles Davis em 'trilha de videogame'.pdf
292	G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - Estudante é processado por gravadoras por fazer download ilegal de músicas.pdf
293	G1 - Games - NOTÍCIAS - Trilhas de jogos de esporte mostram a sonoridade de cada modalidade.pdf
294	G1 - Música - NOTÍCIAS - Arctic Monkeys vão tocar músicas novas ao vivo na internet.pdf
295	G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - Projeto da Apple com gravadoras pretende incentivar download de músicas.pdf

- 296 G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - França debate mudanças na lei antipirataria que desconecta infrator.pdf
- 297 G1 - Música - NOTÍCIAS - Jack White lança superbanda crua e agressiva - veja mais lançamentos.pdf

TABELA 8 – Listagem das 713 notícias do *G1* que compõem o *corpus* documental da pesquisa

(Continua)

ITEM	TÍTULO DA NOTÍCIA
298	G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - Anúncio com bebês de patins vira 'viral' na internet.pdf
299	G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - Francês é condenado por download ilegal.pdf
300	G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - Empresa compra site de downloads Pirate Bay e planeja novo modelo de negócios.pdf
301	G1 - Música - NOTÍCIAS - Álbuns de Michael Jackson lideram listas dos sites de download ilegal.pdf
302	G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - Corte sueca diz que juiz do caso Pirate Bay não foi tendencioso.pdf
303	G1 - Música - NOTÍCIAS - Rapper Mos Def lança disco em camiseta.pdf
304	G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - Conheça as funções do Opera Unite, navegador com funções de servidor.pdf
305	G1 - Pop & Arte - NOTÍCIAS - Mulher condenada por download de músicas pode apelar da decisão.pdf
306	G1 - Pop & Arte - NOTÍCIAS - Mulher pagará US\$ 1,9 milhão por baixar música da internet.pdf
307	G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - Cerca de 8% dos internautas fazem download ilegal, aponta pesquisa.pdf
308	G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - Opera incorpora serviços de mídia e troca de arquivos a navegador web.pdf
309	G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - Acordo entre Universal e Virgin prevê desconectar quem fizer download ilegal.pdf
310	G1 - Pop & Arte - NOTÍCIAS - Operadora de TV a cabo e gravadora vão oferecer música ilimitada na web.pdf
311	G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - Virgin Media e Universal vão oferecer música ilimitada na web.pdf
312	G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - Tribunal francês limita poder de lei antipirataria na internet.pdf

- 313 G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - Novo iPhone chega com câmera de vídeo e internet até duas vezes mais rápida.pdf
- 314 G1 - Games - NOTÍCIAS - Ringo Starr e Paul McCartney apresentam game dos Beatles em feira nos EUA.pdf

TABELA 8 – Listagem das 713 notícias do *G1* que compõem o *corpus* documental da pesquisa

(Continua)

ITEM	TÍTULO DA NOTÍCIA
315	G1 - Games - NOTÍCIAS - Norte-americanos preferem videogame a cinema, indica pesquisa.pdf
316	G1 - Música - NOTÍCIAS - Coldplay libera disco na rede e atinge 3,5 milhões de downloads.pdf
317	G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - Napster corta preços para fazer frente ao iTunes, da Apple.pdf
318	G1 - Games - NOTÍCIAS - Confira as primeiras imagens e músicas de 'Guitar hero 5'.pdf
319	G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - Redes de troca de arquivo podem ajudar mercado de música, diz estudo.pdf
320	G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - Senado francês aprova lei contra download ilegal.pdf
321	G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - França aprova projeto que desconecta quem faz download ilegal.pdf
322	G1 - Música - NOTÍCIAS - Sucesso na internet, série 'Gossip girl' chega ao mundo da música.pdf
323	G1 - Pop & Arte - NOTÍCIAS - Coldplay apresentará fãs com coletânea ao vivo.pdf
324	G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - Família acusada de pirataria faz acordo de US\$ 7 mil com gravadoras.pdf
325	G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - Advogados do Pirate Bay pedem anulação de julgamento.pdf
326	G1 - Música - NOTÍCIAS - Versão dub de Franz não perde nada para o original - veja outros lançamentos.pdf
327	G1 - Música - NOTÍCIAS - Sonic Youth dá música nova na internet.pdf
328	G1 - Games - NOTÍCIAS - Motos, gangues e rock clássico tomam conta do 'novo' GTA IV.pdf
329	G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - Justiça sueca condena diretores do site Pirate Bay à prisão.pdf
330	G1 - Música - NOTÍCIAS - Guns N' Roses lança 'Chinese democracy' para o game 'Rock

band'.pdf

331 G1 - Música - NOTÍCIAS - Catálogo dos Beatles será remasterizado digitalmente.pdf

332 G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - Apple cria novas faixas de preço para músicas da iTunes.pdf

333 G1 - Música - NOTÍCIAS - No 'dia da mentira', músicos pregam peças em seus fãs.pdf

TABELA 8 – Listagem das 713 notícias do *G1* que compõem o *corpus* documental da pesquisa

(Continua)

ITEM	TÍTULO DA NOTÍCIA
334	G1 - Música - NOTÍCIAS - Bob Dylan oferece inédita em seu site.pdf
335	G1 - Pop & Arte - NOTÍCIAS - Bob Dylan oferece nova música em seu site.pdf
336	G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - Google oferece download gratuito de músicas na China.pdf
337	G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - Google lança serviço de download gratuito de música para China.pdf
338	G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - Rádio virtual Last.pdf
339	G1 - Música - NOTÍCIAS - Marilyn Manson coloca nova música para download nesta sexta.pdf
340	G1 - Música - NOTÍCIAS - Radiohead para fãs – espera recompensada.pdf
341	G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - Com 921 mil usuários, comunidade musical encerra atividades no Orkut.pdf
342	G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - Grupo antipirataria diz 'acompanhar' comunidade musical no Orkut.pdf
343	G1 - Música - NOTÍCIAS - Radiohead e outros artistas defendem fãs que baixam músicas na web.pdf
344	G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - França quer desconectar internautas que fizerem download ilegal.pdf
345	G1 - Música - NOTÍCIAS - PJ Harvey estreia música inédita em rádio inglesa.pdf
346	G1 - Instante Posterior – Bruno Medina » Idiota, quem_ » Arquivo.pdf
347	G1 - Pop & Arte - NOTÍCIAS - U2 lança novo álbum em cinco formatos em busca de vendas melhores.pdf
348	G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - Suécia julga ação contra maior site de pirataria do mundo.pdf
349	G1 - Música - NOTÍCIAS - Banda fictícia Spinal Tap se reúne e começa a gravar novo disco.pdf

- 350 G1 - Música - NOTÍCIAS - Divulgada a lista de faixas de 'Guitar hero_ Metallica'.pdf
- 351 G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - ANÁLISE-Indústria da música precisa abraçar Internet.pdf
- 352 G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - Mercado de música online cresce 25%, mas pirataria segue forte.pdf
- 353 G1 - Música - NOTÍCIAS - U2 libera lista de faixas e capa de novo álbum.pdf

TABELA 8 – Listagem das 713 notícias do *G1* que compõem o *corpus* documental da pesquisa

(Continua)

ITEM	TÍTULO DA NOTÍCIA
354	G1 - Pop & Arte - NOTÍCIAS - Apple venderá música no iTunes sem dispositivo antipirataria.pdf
355	G1 - Música - NOTÍCIAS - Discos vendem menos e downloads batem recorde nos EUA em 2008.pdf
356	G1 - Pop & Arte - NOTÍCIAS - Coldplay presenteia os fãs com nova versão de 'Viva la vida'.pdf
357	G1 - Música - NOTÍCIAS - U2 planeja cinco versões diferentes para seu novo álbum.pdf
358	G1 - Música - NOTÍCIAS - Fim de turnê da Madonna agrada quem gastou muito e quem foi de graça.pdf
359	G1 - Games - NOTÍCIAS - Games se transformam em canal de distribuição para indústria musical.pdf
360	G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - 'Sarah Palin' lidera ranking de buscas que mais cresceram em 2008.pdf
361	G1 - Música - NOTÍCIAS - Confirmadas datas dos shows do Radiohead no Brasil.pdf
362	G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - Saiba como evitar vírus no compartilhamento de arquivos pela web.pdf
363	G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - Velocidade de iPhone 3G em anúncio é enganosa, diz agência britânica.pdf
364	G1 - Games - NOTÍCIAS - Escola de música de São Paulo usa 'Guitar hero' para auxiliar no aprendizado.pdf
365	G1 - Música - NOTÍCIAS - 'O metal nunca vai morrer', diz guitarrista do Judas Priest.pdf
366	G1 - Games - NOTÍCIAS - Tectoy anuncia novo videogame 100% brasileiro.pdf
367	G1 - Música - NOTÍCIAS - Em turnê no Brasil, Offspring toca no Rio de Janeiro.pdf
368	G1 - Games - NOTÍCIAS - Videogames superam filmes e música na Inglaterra, aponta pesquisa.pdf

- 369 G1 - Música - NOTÍCIAS - 'Mais relaxado', Jota Quest lança o álbum 'La plata'.pdf
- 370 G1 - Games - NOTÍCIAS - Game de karaokê terá músicas de Queen, Nirvana, Johnny Cash e A-Ha.pdf
- 371 G1 - Música - NOTÍCIAS - Guns N' Roses lança primeira faixa de novo álbum nesta quarta.pdf

TABELA 8 – Listagem das 713 notícias do *G1* que compõem o *corpus* documental da pesquisa

(Continua)

ITEM	TÍTULO DA NOTÍCIA
372	G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - Rival do MySpace, Facebook pode lançar serviço de música.pdf
373	G1 - Cinema - NOTÍCIAS - Diretor chinês vai estrear longa-metragem no YouTube.pdf
374	G1 - Música - NOTÍCIAS - Novo single de Britney Spears chega ao topo das paradas pop.pdf
375	G1 - Edição Rio de Janeiro - NOTÍCIAS - Internet invade as tradicionais marchinhas de carnaval.pdf
376	G1 - Música - NOTÍCIAS - Yes se prepara para fazer turnê mesmo sem vocalista.pdf
377	G1 - Música - NOTÍCIAS - Paul McCartney vai lançar disco de música eletrônica em novembro.pdf
378	G1 - Games - NOTÍCIAS - Confira a trilha sonora do novo 'Guitar hero'.pdf
379	G1 - Games - NOTÍCIAS - Nova música do Smashing Pumpkins será lançada em 'Guitar hero'.pdf
380	G1 - Pop & Arte - NOTÍCIAS - Nova música do Smashing Pumpkins será lançada no Guitar Hero.pdf
381	G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - Conheça dez programas para 'turbinar' o novo iPhone.pdf
382	G1 - Mundo - NOTÍCIAS - Internauta é detido por permitir download de inéditas do Guns N'Roses.pdf
383	G1 - Música - NOTÍCIAS - Fall Out Boy anuncia novo álbum para novembro.pdf
384	G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - Chineses desconfiam de bloqueio a serviço de músicas para iPod.pdf
385	G1 - Música - NOTÍCIAS - Bob Dylan oferece música para download gratuito.pdf
386	G1 - Música - NOTÍCIAS - Grupo Allman Brothers processa Universal por royalties digitais.pdf
387	G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - Bibliotecas dos Estados Unidos entram na era do iPod.pdf

- 388 G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - Google lança serviço de download gratuito na China.pdf
- 389 G1 - Pop & Arte - NOTÍCIAS - 'Novo livro é sobre minha surpresa diante do mundo de hoje', diz Paulo Coelho.pdf
- 390 G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - Dell testa tocador de música para concorrer com iPod, diz jornal.pdf

TABELA 8 – Listagem das 713 notícias do *G1* que compõem o *corpus* documental da pesquisa

(Continua)

ITEM	TÍTULO DA NOTÍCIA
391	G1 - Música - NOTÍCIAS - Cantor Leoni começa a disponibilizar uma música de graça por mês em site.pdf
392	G1 - Música - NOTÍCIAS - Cansei de Ser Sexy parte de novo para o confronto em novo disco.pdf
393	G1 - Música - NOTÍCIAS - Sting e outras estrelas cantam pelo Tibete em CD lançado antes dos Jogos.pdf
394	G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - Conheça aplicativos do iPhone para fãs de música.pdf
395	G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - Novo iPhone é música para os ouvidos.pdf
396	G1 - Música - NOTÍCIAS - Novo Cansei de Ser Sexy pode ser baixado de graça a partir do dia 25.pdf
397	G1 - Música - NOTÍCIAS - Metallica libera álbum para videogame 'Guitar Hero'.pdf
398	G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - 'Rock Band 2' terá mais de 80 músicas, de Bob Dylan a 'Eye of the tiger'.pdf
399	G1 - Música - NOTÍCIAS - Carla Bruni antecipa data e já coloca disco na web.pdf
400	G1 - Música - NOTÍCIAS - Novo disco do Cansei de Ser Sexy vaza na internet.pdf
401	G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - Operação da PF contra pirataria prende 7 pessoas em 4 Estados.pdf
402	G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - Operação contra pirataria na internet detém cinco pessoas.pdf
403	G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - PF realiza operação para combater pirataria na internet.pdf
404	G1 - Música - NOTÍCIAS - Cantor Leoni vai disponibilizar pela internet uma música de graça por mês.pdf
405	G1 - Música - NOTÍCIAS - The Verve lança faixa inédita de graça na internet.pdf
406	G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - Produtora anuncia lançamento do game 'Rock band 2' para

setembro.pdf

- 407 G1 - Música - NOTÍCIAS - Beck disponibiliza duas novas músicas em site.pdf
- 408 G1 - Música - NOTÍCIAS - 'Download é diferente de pirataria', diz Padre Marcelo.pdf
- 409 G1 - Música - NOTÍCIAS - Supostas faixas de novo Guns N' Roses vazam na internet.pdf
- 410 G1 - Música - NOTÍCIAS - Metallica anuncia título do novo álbum.pdf

TABELA 8 – Listagem das 713 notícias do *G1* que compõem o *corpus* documental da pesquisa

(Continua)

ITEM	TÍTULO DA NOTÍCIA
411	G1 - Música - NOTÍCIAS - Gravadora Trama vai disponibilizar acervo para download grátis.pdf
412	G1 - Música - NOTÍCIAS - Novo disco de Coldplay bate recordes antes de chegar às lojas.pdf
413	G1 - Música - NOTÍCIAS - Paul McCartney disponibilizará nova música em 'festa virtual' no seu site.pdf
414	G1 - Pop & Arte - NOTÍCIAS - Shows raros de Bob Marley e Jimi Hendrix serão vendidos na web.pdf
415	G1 - Música - NOTÍCIAS - Metallica lança pacotes premium do novo disco para fãs.pdf
416	G1 - Música - NOTÍCIAS - Site francês fecha acordo com a Universal Music para 35 países.pdf
417	G1 - Carros - NOTÍCIAS - Kombis 'psicodélicas' entram em campanhas beneficentes.pdf
418	G1 - Música - NOTÍCIAS - Supostas faixas inéditas do Oasis vazam na internet.pdf
419	G1 - Música - NOTÍCIAS - Coldplay atinge 2 milhões de downloads com nova música.pdf
420	G1 - Música - NOTÍCIAS - Johnny Rivers repete hits e testa fase jazz no Brasil.pdf
421	G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - Nokia acredita que downloads gratuitos de música darão lucro.pdf
422	G1 - Música - NOTÍCIAS - Coldplay permitirá que nova música seja baixada de graça.pdf
423	G1 - Música - NOTÍCIAS - 'Mutantes depois' é uma atitude de gratidão, diz guitarrista Sérgio Dias.pdf
424	G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - 'Guitar hero' 'amador' ganha nova versão na web.pdf
425	G1 - Música - NOTÍCIAS - Nova música do Cansei de Ser Sexy poderá ser baixada de graça.pdf
426	G1 - Economia e Negócios - NOTÍCIAS - Nokia fecha acordo com a Sony BMG para

- distribuir música via celular.pdf
- 427 G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - Nokia firma acordo com Sony BMG para oferta gratuita de música.pdf
- 428 G1 - Definições - NOTÍCIAS - O que é_ P2P.pdf
- 429 G1 - Música - NOTÍCIAS - Mötley Cruë vai lançar single no game Rock Band.pdf

TABELA 8 – Listagem das 713 notícias do *G1* que compõem o *corpus* documental da pesquisa

(Continua)

ITEM	TÍTULO DA NOTÍCIA
430	G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - MySpace fecha acordo com gravadoras para concorrer com iTunes.pdf
431	G1 - Pop & Arte - NOTÍCIAS - MySpace lança novo serviço de música e uma versão do site em espanhol.pdf
432	G1 - Música - NOTÍCIAS - Radiohead chama fãs para remixar novo single.pdf
433	G1 - Música - NOTÍCIAS - Em SP, Fergie fala sobre celebridades e o poder da tecnologia.pdf
434	G1 - Música - NOTÍCIAS - Revista lista as maiores gafes do mundo da música.pdf
435	G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - Britânicos pressionam provedores de internet contra downloads 'ilegais'.pdf
436	G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - Teste mostra prós e contras de serviços de download de filmes.pdf
437	G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - Justiça realiza primeira condenação por venda ilegal de música via web no Brasil.pdf
438	G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - Depois do HD-DVD, download é próximo obstáculo do Blu-ray, dizem analistas.pdf
439	G1 - Música - NOTÍCIAS - Pennywise vai disponibilizar nova música para download gratuito.pdf
440	G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - Nova tecnologia promete web sem fio quatro vezes mais rápida.pdf
441	G1 - Música - NOTÍCIAS - Rappers lançam remix do novo disco do Radiohead para download gratuito.pdf
442	G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - Governo britânico quer expulsar da web quem faz download ilegal.pdf

- 443 G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - Nova geração de porta-retratos digitais acopla tecnologias.pdf
- 444 G1 - Música - NOTÍCIAS - Cantora de 15 anos Mallu Magalhães faz show nesta quinta em SP.pdf
- 445 G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - Google planeja acordo para oferecer download grátis na China.pdf
- 446 G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - Suécia processa rede de troca de arquivos Pirate Bay.pdf
- 447 G1 - Música - NOTÍCIAS - Cavalera Conspiracy libera duas faixas para download.pdf

TABELA 8 – Listagem das 713 notícias do *G1* que compõem o *corpus* documental da pesquisa

(Continua)

ITEM	TÍTULO DA NOTÍCIA
448	G1 - Música - NOTÍCIAS - Empresário do U2 responsabiliza provedores por downloads ilegais.pdf
449	G1 - Música - NOTÍCIAS - The Charlatans oferecem novo disco para download grátis.pdf
450	G1 - Pop & Arte - NOTÍCIAS - Midem elege Peter Gabriel _Personalidade do Ano_ em meio a revolução digital.pdf
451	G1 - Música - NOTÍCIAS - Gravadoras negam acordo com site de músicas grátis.pdf
452	G1 - Pop & Arte - NOTÍCIAS - Midem aposta no mercado da música na internet e nos celulares.pdf
453	G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - Suécia quer processar Pirate Bay por violar direitos autorais.pdf
454	G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - Brasil tem 1,8 milhão de downloads ilegais, afirma relatório.pdf
455	G1 - Música - NOTÍCIAS - Internauta poderá escolher o que ouvir na rádio on-line Last.pdf
456	G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - Mesmo sem inovações, iPhone estimula tráfego na web.pdf
457	G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - 'Rock band' e 'Guitar hero' impulsionam a venda de música digital.pdf
458	G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - 'Rock band' multiplica espírito rock'n'roll de 'Guitar hero'.pdf
459	G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - Veja teste do MacBook Air, notebook ultrafino da Apple.pdf
460	G1 - Música - NOTÍCIAS - Violinista se inspira em Radiohead e divulgará disco de graça na web.pdf
461	G1 - Pop & Arte - NOTÍCIAS - Novo CD do Radiohead chega ao primeiro lugar da parada

- britânica.pdf
- 462 G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - Sony BMG retira proteção anti-cópia de downloads de música.pdf
- 463 G1 - Música - NOTÍCIAS - Sony BMG e Napster anunciam fim de proteção antipirataria.pdf
- 464 G1 - Música - NOTÍCIAS - Veja lista de discos com lançamento previsto para 2008.pdf
- 465 G1 - Música - NOTÍCIAS - Vendas online impulsionam indústria fonográfica na Grã-Bretanha.pdf
- 466 G1 - Música - NOTÍCIAS - Indústria da música aposta em álbuns digitais multimídia em 2008.pdf

TABELA 8 – Listagem das 713 notícias do *G1* que compõem o *corpus* documental da pesquisa

(Continua)

ITEM	TÍTULO DA NOTÍCIA
467	G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - Maior site de buscas da China vence batalha contra gigantes da música.pdf
468	G1 - Música - NOTÍCIAS - Zeca Baleiro 'homenageia' fãs de Raul Seixas com música grátis.pdf
469	G1 - Música - NOTÍCIAS - New Rave Kids on the Block engrossa cena da 'música feita em casa'.pdf
470	G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - Loja iTunes deverá ter aluguel on-line de filmes.pdf
471	G1 - Economia e Negócios - NOTÍCIAS - Leilão 3G levará em dois anos celular a todos os municípios, espera Anatel.pdf
472	G1 - Música - NOTÍCIAS - Vocalista do Radiohead anuncia remixes de seu álbum solo.pdf
473	G1 - Música - NOTÍCIAS - Moby oferece música de graça cineastas.pdf
474	G1 - Música - NOTÍCIAS - CD de Montarroyos será lançado em 2008.pdf
475	G1 - Música - NOTÍCIAS - Prazo para download oficial do novo Radiohead se encerra dia 10.pdf
476	G1 - Pop & Arte - NOTÍCIAS - Gil pede realismo na lei sobre direito autoral no País.pdf
477	G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - Oferta de música ilimitada da Nokia revira mercado.pdf
478	G1 - Música - NOTÍCIAS - Radiohead divulga locais de sua próxima turnê européia.pdf
479	G1 - Música - NOTÍCIAS - Thom Yorke baixou novo Radiohead sem pagar.pdf
480	G1 - Música - NOTÍCIAS - 'Punk não é algo para ser olhado como passado', diz documentarista Don Letts.pdf

- 481 G1 - Música - NOTÍCIAS - Confira a versão integral da entrevista com o documentarista Don Letts.pdf
- 482 G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - Em novo game, Sam e Max vão ao Pólo Norte para salvar o Natal.pdf
- 483 G1 - Música - NOTÍCIAS - Charlie Brown Jr.pdf
- 484 G1 - Música - NOTÍCIAS - Radiohead contesta números sobre download de 'In rainbows'.pdf
- 485 G1 - Mundo - NOTÍCIAS - Ministros alemão e francês gravarão música juntos.pdf
- 486 G1 - Mundo - NOTÍCIAS - Ministros alemão e francês gravarão música em ritmo do _blues_.pdf

TABELA 8 – Listagem das 713 notícias do *G1* que compõem o *corpus* documental da pesquisa

(Continua)

ITEM	TÍTULO DA NOTÍCIA
487	G1 - Música - NOTÍCIAS - Com novo disco, Racionais pode repetir fenômeno, diz Primo Preto.pdf
488	G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - Pirate Bay quer novo padrão de troca de arquivos na internet.pdf
489	G1 - Música - NOTÍCIAS - Popular site de pirataria 'patrocina' banda de rock sueca.pdf
490	G1 - Pop & Arte - NOTÍCIAS - Radiohead assina com XL Recordings para lançar novo álbum em CD.pdf
491	G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - 'Rock Band' tem novos e velhos clássicos na trilha sonora.pdf
492	G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - Multada por download nos EUA quer novo julgamento.pdf
493	G1 - Música - NOTÍCIAS - Músicas do Led Zeppelin serão vendidas na web em novembro.pdf
494	G1 - Música - NOTÍCIAS - Radiohead, com menos angústia, volta ao contato com o mundo.pdf
495	G1 - Pop & Arte - NOTÍCIAS - Músicas da carreira solo de George Harrison são disponibilizadas na internet.pdf
496	G1 - Música - NOTÍCIAS - Com cara de revolução, Radiohead lança 'In rainbows' nesta quarta.pdf
497	G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - Nova geração de iPods chega mais barata ao Brasil.pdf
498	G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - BitTorrent avança da pirataria para a transmissão de vídeo.pdf

- 499 G1 - Música - NOTÍCIAS - James Blunt lança sua segunda cantada.pdf
- 500 G1 - Pop & Arte - NOTÍCIAS - Ansiosos, fãs de 'High school musical' baixaram filme antes da estréia.pdf
- 501 G1 - Pop & Arte - NOTÍCIAS - Download dá multa de R\$ 400 mil nos EUA.pdf
- 502 G1 - Música - NOTÍCIAS - Nova música de Britney Spears foi baixada 179 mil vezes em uma semana.pdf
- 503 G1 - Música - NOTÍCIAS - Radiohead lança novo disco em 10 dias e fãs escolhem preço.pdf
- 504 G1 - Música - NOTÍCIAS - Líder do Black Eyed Peas fala sobre como é produzir Michael Jackson.pdf
- 505 G1 - Música - NOTÍCIAS - Starbucks dará de graça 50 milhões de músicas digitais.pdf

TABELA 8 – Listagem das 713 notícias do *G1* que compõem o *corpus* documental da pesquisa

(Continua)

ITEM	TÍTULO DA NOTÍCIA
506	G1 - Música - NOTÍCIAS - Nasi faz show com Carlos Careca no projeto 'Traições Musicais'.pdf
507	G1 - Música - NOTÍCIAS - Gravadoras buscam novos modelos de negócios para ampliar vendas.pdf
508	G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - Usuários fogem de taxa de ringtones da Apple.pdf
509	G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - iPod ganha tela sensível ao toque e 160 GB.pdf
510	G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - Em 2ª edição, game desafia fãs de séries.pdf
511	G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - Site russo de pirataria de MP3 será reaberto.pdf
512	G1 - Mundo - NOTÍCIAS - Wal-Mart começa a vender arquivos de música no formato MP3.pdf
513	G1 - Música - NOTÍCIAS - Justiça da Rússia inocenta dono de site de mp3.pdf
514	G1 - Música - NOTÍCIAS - Elton John diz que internet deveria 'ser fechada'.pdf
515	G1 - Música - NOTÍCIAS - Mistura de Beatles com Metallica, Beatallica grava álbum de estréia.pdf
516	G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - Gravador de DVD aposenta de vez fitas VHS.pdf
517	G1 - Música - NOTÍCIAS - Grupo abandona conceito de álbum e lançará só faixas soltas.pdf
518	G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - EMI venderá música digital sem proteger copyright via parceira.pdf

- 519 G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - Software livre incentiva produção musical.pdf
- 520 G1 - Música - NOTÍCIAS - Versão ‘de bolso’ de clássico de Bob Marley introduz formato alternativo.pdf
- 521 G1 - Música - NOTÍCIAS - Nova canção de Prince será gratuita via celular.pdf
- 522 G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - Software espião já ultrapassa vírus destruidor.pdf
- 523 G1 - Música - NOTÍCIAS - Download ilegal caiu nos últimos três anos.pdf
- 524 G1 - Pop & Arte - NOTÍCIAS - Madonna lançará música inédita em defesa do meio ambiente em *_Live Earth_*.pdf
- 525 G1 - Música - NOTÍCIAS - Nova música de Madonna pode ser baixada de graça.pdf
- 526 G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - Warner Music encerra processo aberto contra Napster original.pdf

TABELA 8 – Listagem das 713 notícias do *G1* que compõem o *corpus* documental da pesquisa

(Continua)

ITEM	TÍTULO DA NOTÍCIA
527	G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - Tribunal da China manda Yahoo parar de exibir links de música.pdf
528	G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - Sistema acelera download de vídeos e música.pdf
529	G1 - Música - NOTÍCIAS - Rapper faz música em homenagem às vítimas do atirador da Virgínia.pdf
530	G1 - Música - NOTÍCIAS - Fim de disputas libera entrada dos Beatles no iTunes.pdf
531	G1 - Música - NOTÍCIAS - Bandas novas redescobrem fase psicodélica de Ronnie Von.pdf
532	G1 - Economia e Negócios - NOTÍCIAS - Música_ Bruxelas acusa Apple de práticas contra a concorrência.pdf
533	G1 - Música - NOTÍCIAS - Livro homenageia Frank Zappa com entrevistas, crônicas e até quadrinhos.pdf
534	G1 - Música - NOTÍCIAS - Gravadora EMI retira software antipirataria de parte do catálogo.pdf
535	G1 - Música - NOTÍCIAS - Mulher por trás da música de ‘The OC’ cria selo próprio.pdf
536	G1 - Música - NOTÍCIAS - Religiosos impõem restrições para ouvir música no Iraque.pdf
537	G1 - Música - NOTÍCIAS - Suposta cópia do novo Linkin Park cai na rede e gera polêmica.pdf
538	G1 - Música - NOTÍCIAS - Músicas dos Beatles para download_ quase lá.pdf

- 539 G1 - Música - NOTÍCIAS - União Européia critica Apple por restrições da iTunes.pdf
- 540 G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - Gravadoras processam Yahoo! na China por direitos autorais.pdf
- 541 G1 - Música - NOTÍCIAS - Mika faz a linha Freddie Mercury – mas sem o bigodão.pdf
- 542 G1 - Mundo - NOTÍCIAS - Download de música no Japão supera venda de CDs em 2006.pdf
- 543 G1 - Música - NOTÍCIAS - Site de um dos maiores festivais do mundo oferece MP3 para download grátis.pdf
- 544 G1 - Música - NOTÍCIAS - Guia do download_ como passar os MP3 para CD_.pdf
- 545 G1 - Música - NOTÍCIAS - Guia do download de música para iniciantes.pdf
- 546 G1 - Música - NOTÍCIAS - Guia do download_ o que são redes P2P_.pdf
- 547 G1 - Música - NOTÍCIAS - Guia do download_ lojas online cobram, mas garantem.pdf

TABELA 8 – Listagem das 713 notícias do *G1* que compõem o *corpus* documental da pesquisa

(Continua)

ITEM	TÍTULO DA NOTÍCIA
548	G1 - Música - NOTÍCIAS - Guia do download_ blogs servem MP3 à la carte.pdf
549	G1 - Música - NOTÍCIAS - Músicos brasileiros buscam mapa para sucesso lá fora.pdf
550	G1 - Música - NOTÍCIAS - Música vai ao balcão de negócios no Recife.pdf
551	G1 - Música - NOTÍCIAS - Ex-empresário do Pink Floyd defende _taxa única_ do download de música.pdf
552	G1 - Economia e Negócios - NOTÍCIAS - Steve Jobs, da Apple, abre uma grande polêmica sobre a música on-line.pdf
553	G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - Veja cinco fatos sobre download de música digital.pdf
554	G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - Apesar de processos, downloads de música digital avançam.pdf
555	G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - Gravadoras investem em músicas para celulares na China.pdf
556	G1 - Música - NOTÍCIAS - Em turnê pelo Brasil, Ben Harper surfa e promete _revolução_.pdf
557	G1 - Pop & Arte - NOTÍCIAS - Midem_ profissionais da música esperam milagres do digital.pdf
558	G1 - Mundo - NOTÍCIAS - Vendas legais de música digital geraram lucro de US\$ 2 bilhões.pdf

- 559 G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - Banda britânica faz sucesso online e chega às paradas.pdf
- 560 G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - Napster será fornecedor de serviço de músicas da AOL.pdf
- 561 G1 - Música - NOTÍCIAS - Banda pode ser a 1ª sem gravadora a entrar na parada britânica.pdf
- 562 G1 - Música - NOTÍCIAS - Campeão do download, Fresno vê lado bom de ser chamado de emo.pdf
- 563 G1 - Música - NOTÍCIAS - Falta vida ao trabalho novo da dupla francesa Air.pdf
- 564 G1 - Música - NOTÍCIAS - Paradas de música pop terão reforma radical na Grã-Bretanha.pdf
- 565 G1 - Música - NOTÍCIAS - Produtor Madlib lança disco com Talib Kweli de graça na web.pdf
- 566 G1 - Música - NOTÍCIAS - DJ junta 800 clássicos do hip hop em 48 minutos.pdf
- 567 G1 - Música - NOTÍCIAS - Líder do Black Eyed Peas produzirá disco de Michael Jackson.pdf

TABELA 8 – Listagem das 713 notícias do *G1* que compõem o *corpus* documental da pesquisa

(Continua)

ITEM	TÍTULO DA NOTÍCIA
568	G1 - Economia e Negócios - NOTÍCIAS - Conheça o perfil do executivo Steve Jobs.pdf
569	G1 - Música - NOTÍCIAS - Saiba onde ouvir e baixar música de graça na rede dentro da lei.pdf
570	G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - Carros da Ford terão tecnologia da Microsoft, diz jornal.pdf
571	G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - _Espírito natalino_ derruba loja virtual iTunes no feriado.pdf
572	G1 - Pop & Arte - NOTÍCIAS - RETROSPECTIVA 2006_ grandes perdas, cinema nacional em alta e o desafio do download grátis.pdf
573	G1 - Música - NOTÍCIAS - Natal do rock_ trilha vai de Billy Idol a Zefirina Bomba.pdf
574	G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - Mãe mobiliza web e escapa de processo antipirataria.pdf
575	G1 - Música - NOTÍCIAS - Rádios na internet são bastante segmentadas e ousadas.pdf
576	G1 - Música - NOTÍCIAS - Blogs monitoram novidades e servem de baú para raridades.pdf
577	G1 - Música - NOTÍCIAS - Novidades são o principal do cardápio do MP3 gratuito em sites.pdf
578	G1 - Economia e Negócios - NOTÍCIAS - Polêmica pela saúde do site de música iTunes da Apple.pdf

- 579 G1 - Brasil - NOTÍCIAS - Polêmica pela saúde do site de música iTunes da Apple.pdf
- 580 G1 - Vestibular e Educação - NOTÍCIAS - Portal Domínio Público oferecerá 3 mil novos arquivos por mês.pdf
- 581 G1 - Música - NOTÍCIAS - _Cansei de Ser Sexy conseguiu se garantir só com atitude_.pdf
- 582 G1 - Música - NOTÍCIAS - _TV on the Radio_ o disco do ano desde o meio do ano_.pdf
- 583 G1 - Pop & Arte - NOTÍCIAS - _Quem precisa de uma TV para ver música em tempos de YouTube_.pdf
- 584 G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - Empresa desenvolve celular que _grava_ cheiros.pdf
- 585 G1 - Pop & Arte - NOTÍCIAS - Teatro Mágico triunfa no novo cenário do negócio da música.pdf
- 586 G1 - Pop & Arte - NOTÍCIAS - Serviço de download digital de música estreará no Reino Unido.pdf
- 587 G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - Serviço de download digital de música estreará no Reino Unido.pdf

TABELA 8 – Listagem das 713 notícias do *G1* que compõem o *corpus* documental da pesquisa

(Continua)

ITEM	TÍTULO DA NOTÍCIA
588	G1 - Pop & Arte - NOTÍCIAS - Produtora de filme contra Bush abre processo contra Google.pdf
589	G1 - Economia e Negócios - NOTÍCIAS - Líderes do comércio eletrônico cresceram com estratégias diferentes.pdf
590	G1 - Pop & Arte - NOTÍCIAS - Último filme de James Bond já tem versão pirata na internet.pdf
591	G1 - Mundo - NOTÍCIAS - Multinacionais da música perdem processo contra site chinês.pdf
592	G1 - Vestibular e Educação - NOTÍCIAS - Unicamp disponibilizará podcasts com comentários da prova.pdf
593	G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - Zune agora vai encarar avaliação do público.pdf
594	G1 - Música - NOTÍCIAS - Shows do Underworld no Brasil vão ser puro improviso.pdf
595	G1 - Música - NOTÍCIAS - Não se engane__Breaking...pdf
596	G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - Zune da Microsoft chega às lojas para roubar mercado do iPod.pdf
597	G1 - Mundo - NOTÍCIAS - China Mobile e News Corp.pdf

- 598 G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - Microsoft vai oferecer filmes em serviço de videogames.pdf
- 599 G1 - Música - NOTÍCIAS - U2 anuncia música de coletânea e voa alto com Green Day.pdf
- 600 G1 - Música - NOTÍCIAS - 'Adult Swim' se junta ao produtor do Gnarl's Barkley e dá certo.pdf
- 601 G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - Universal Music reduz preços de álbuns on-line.pdf
- 602 G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - Hacker quebra código e libera iPod para concorrentes da Apple.pdf
- 603 G1 - Mundo - NOTÍCIAS - Governo iraniano proíbe acesso a internet rápida no país.pdf
- 604 G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - MTV oferecerá música pela internet na China através do Baidu.pdf
- 605 G1 - Música - NOTÍCIAS - Brasileiros são processados por oferecer músicas na internet.pdf
- 606 G1 - Música - NOTÍCIAS - Karen O é James Brown, diz baterista do Yeah Yeah Yeahs.pdf
- 607 G1 - Pop & Arte - NOTÍCIAS - Gravadoras iniciam mais 8.pdf

TABELA 8 – Listagem das 713 notícias do *G1* que compõem o *corpus* documental da pesquisa

(Continua)

ITEM	TÍTULO DA NOTÍCIA
608	G1 - Música - NOTÍCIAS - Parceria do Adult Swim com selo Stones Throw é rap de primeira.pdf
609	G1 - Música - NOTÍCIAS - Novo disco do LCD Soundsystem já pode ser ouvido em site da banda.pdf
610	G1 - EUA_ mulher é condenada a pagar US\$ 1,5 mi por baixar música - notícias em Pop & Arte.pdf
611	G1 - Supremo dos EUA confirma multa de US\$ 222 mil por downloads ilegais - notícias em Mundo.pdf
612	G1 - Wanessa lança DVD e critica pirataria_ 'Vou ter que fazer música por hobby' - notícias em Música.pdf
613	G1 - Stone Temple Pilots lança música com Chester do Linkin Park no vocal - notícias em Música.pdf
614	G1 - Microsoft lança seu novo serviço de rádio e venda de música nesta 3ª feira - notícias em Mundo.pdf
615	G1 - iPod faz 10 anos, veja o que o tocador mudou na indústria da música - notícias em Tecnologia e Games.pdf

- 616 G1 - Nova música do Strokes já pode ser baixada no site da banda - notícias em Pop & Arte.pdf
- 617 G1 - Los Porongas planeja turnê em comemoração aos 10 anos da banda - notícias em Acre.pdf
- 618 G1 - Homem que viu pornografia infantil 'por engano' é impedido de ver filha - notícias em Mundo.pdf
- 619 G1 - Preços da iTunes Store no Brasil serão em reais em 2012, diz executivo - notícias em Tecnologia e Games.pdf
- 620 G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - Nova geração de tocadores dispensa arquivos MP3 e toca música direto da web.pdf
- 621 G1 - Zeca Camargo » Ó dúvida cruel » Arquivo.pdf
- 622 G1 - Com estilo peculiar, Tulipa Ruiz leva CD 'Tudo Tanto' ao Sesc São Carlos - notícias em São Carlos e Região.pdf
- 623 G1 - Assuntos no Twitter - quinta-feira, 18_04_2013 - notícias em Tecnologia e Games.pdf
- 624 G1 - Música - NOTÍCIAS - Ivan Lins encerra temporada de 'jam sessions' no Rio.pdf

TABELA 8 – Listagem das 713 notícias do *G1* que compõem o *corpus* documental da pesquisa

(Continua)

ITEM	TÍTULO DA NOTÍCIA
625	G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - Vendas de música digital crescem mais de 150% no Brasil.pdf
626	G1 - Música - NOTÍCIAS - Jonas Brothers querem misturar novo single com música de Kanye West.pdf
627	G1 - Zeca Camargo » Eu vi o futuro.pdf
628	G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - Música em celular é mais popular entre usuários do iPhone, diz estudo.pdf
629	G1 - Chip de novos BlackBerry agirá como documento de identidade - notícias em Tecnologia e Games.pdf
630	G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - Novos aparelhos 'tablet' surgem na CES 2010 e mercado aguarda Apple.pdf
631	G1 - Catálogo da banda australiana AC_DC será vendido no iTunes - notícias em Música.pdf
632	G1 - Artistas que agitaram SC estarão no Planeta RS; veja a íntegra de shows - notícias em Planeta Atlântida.pdf
633	G1 - Artistas que agitaram SC estarão no Planeta Atlântida RS; veja shows - notícias em

- Planeta Atlântida 2013.pdf
- 634 G1 - REM disponibiliza 'On my heart' para baixar na internet - notícias em Pop & Arte.pdf
- 635 G1 - Projeto proporciona acesso gratuito à internet em praças de Anápolis (GO) - notícias em Goiás.pdf
- 636 G1 - Carros - NOTÍCIAS - Montadoras aperfeiçoam conectividade em carros.pdf
- 637 G1 - Edição Rio de Janeiro - NOTÍCIAS - Campanha internacional contra pirataria começa no Rio.pdf
- 638 G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - De diferentes gerações, apresentador e cantor contam suas experiências na web.pdf
- 639 G1 - Zeca Camargo » Preço de banana_ » Arquivo.pdf
- 640 G1 - Zeca Camargo » Os 20 (+1) melhores discos que você não ouviu em 2012 » Arquivo.pdf
- 641 G1 - Portal voltado ao mundo do rock é comandado por um santista - notícias em Santos e Região.pdf
- 642 G1 - Rolling Stones lançam a inédita 'Doom And Gloom' - notícias em Pop & Arte.pdf

TABELA 8 – Listagem das 713 notícias do *G1* que compõem o *corpus* documental da pesquisa

(Continua)

ITEM	TÍTULO DA NOTÍCIA
643	G1 - DJ Paulo Pringles vai animar a festa na In Box neste sábado em Aracaju - notícias em Sergipe.pdf
644	G1 - Show de forró promete animar a noite da capital paraense - notícias em Pará.pdf
645	G1 - Zeca Camargo » Interprete como quiser » Arquivo.pdf
646	G1 - Edição Rio de Janeiro - NOTÍCIAS - Rio quer título de cidade ultraconectada nas Olimpíadas de 2016.pdf
647	G1 - Marisa Monte libera música inédita na internet nesta quarta - notícias em Pop & Arte.pdf
648	G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - Nível de pirataria na Espanha se iguala ao da legalidade, diz pesquisa.pdf
649	G1 - Contrato com Apple diz que MP3 não vira 'herança', afirma advogado - notícias em Tecnologia e Games.pdf
650	G1 - Planeta Bizarro - NOTÍCIAS - Avó é multada em US\$650 por baixar 3.pdf
651	G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - Lula vê censura em projeto de lei que endurece penas a

- crimes cibernéticos.pdf
- 652 G1 - Música - NOTÍCIAS - Radiohead escolhe clipe feito por fã como vídeo oficial de música.pdf
- 653 G1 - Tratado para proteger direitos de atores será assinado - notícias em Pop & Arte.pdf
- 654 G1 - Red Hot Chili Peppers coloca shows em formato digital à venda na internet - notícias em Pop & Arte.pdf
- 655 G1 - Google anuncia loja de músicas oito anos depois de lançamento da Apple - notícias em Tecnologia e Games.pdf
- 656 G1 - Justiça dos EUA cobra US\$ 222 mil de mulher que compartilhou músicas - notícias em Tecnologia e Games.pdf
- 657 G1 - Distribuidora diz que as vendas no iTunes dobraram com loja no Brasil - notícias em Tecnologia e Games.pdf
- 658 G1 - G1 dá dicas de presentes para o Dia das Crianças - notícias em Dia das Crianças 2011.pdf
- 659 G1 - Sucessor do PSP, PlayStation Vita chega ao mercado japonês - notícias em Tecnologia e Games.pdf
- 660 G1 - Confira datas marcantes na história da Apple - notícias em Tecnologia e Games.pdf

TABELA 8 – Listagem das 713 notícias do *G1* que compõem o *corpus* documental da pesquisa

(Continua)

ITEM	TÍTULO DA NOTÍCIA
661	G1 - Jobs queria biografia para que os filhos o conhecessem, diz autor - notícias em Tecnologia e Games.pdf
662	G1 - Anatel homologa iPhone 4S para a venda no Brasil - notícias em Tecnologia e Games.pdf
663	G1 - Anatel indica possível fabricação do iPhone 4S no Brasil em homologação - notícias em Tecnologia e Games.pdf
664	G1 - BlackBerry lança aplicativo que permite trocar músicas entre usuários - notícias em Tecnologia e Games.pdf
665	G1 - Pauta de vídeos AFP - notícias em Mundo.pdf
666	G1 - Sucessor do PSP, PlayStation Vita chega ao mercado japonês - notícias em Pop & Arte.pdf
667	G1 - Economia e Negócios - NOTÍCIAS - 'Fãs' de SMS, música e jogos, jovens são menos fiéis à operadora de celular.pdf
668	G1 - Google pode apresentar nesta terça serviço de música - notícias em Tecnologia e

- Games.pdf
- 669 G1 - Militantes pró-pirataria atacam sites das indústrias de filme e música - notícias em Tecnologia e Games.pdf
- 670 G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - Campus Party tem internet 163 mil vezes mais veloz que Eco-92.pdf
- 671 G1 - Música - NOTÍCIAS - Os aparelhinhos que estão mudando o jeito de ouvir música.pdf
- 672 G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - Zune ganha novas funções para concorrer com iPod.pdf
- 673 G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - Escola indiana bloqueia web para 'melhorar vida' de estudantes.pdf
- 674 G1 - Música - NOTÍCIAS - Pearl Jam dá nova faixa em troca de mensagens no Twitter.pdf
- 675 G1 - Política - NOTÍCIAS - Lula diz que já baixou músicas na internet.pdf
- 676 G1 - Interpol anuncia novo baixista e data de álbum de inéditas - notícias em Pop & Arte.pdf
- 677 G1 - 'É um milagre', diz guitarrista do Roxette sobre retorno aos palcos - notícias em Pop & Arte.pdf
- 678 G1 - Rita Lee libera 'Ti ti ti' para remix em seu site oficial - notícias em Pop & Arte.pdf
- 679 G1 - Phoenix libera álbum completo na internet para remix - notícias em Pop & Arte.pdf

TABELA 8 – Listagem das 713 notícias do *G1* que compõem o *corpus* documental da pesquisa

(Continua)

ITEM	TÍTULO DA NOTÍCIA
680	G1 - Política - NOTÍCIAS - Artistas fazem lobby no Congresso por isenção tributária para CDs e DVDs.pdf
681	G1 - Bienal do Livro do Rio começa nesta quinta-feira - notícias em Bienal do Livro Rio.pdf
682	G1 - G1 testa Windows Phone 7, novo sistema de celulares da Microsoft - notícias em Tecnologia e Games.pdf
683	G1 - Instante Posterior – Bruno Medina » Ouro de Tolo Hits » Arquivo.pdf
684	G1 - Veja os principais momentos da carreira de Steve Jobs na Apple - notícias em Tecnologia e Games.pdf
685	G1 - Criolo se apresenta pela primeira vez em Brasília nesta sexta-feira - notícias em Distrito Federal.pdf
686	G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - Aparelhos de música encontram vida além do computador.pdf
687	G1 - Pop & Arte - NOTÍCIAS - Amazon venderá música no primeiro telefone Google.pdf

- 688 G1 - Pop & Arte - NOTÍCIAS - Banda homônima à que Blair teve quando estudante lança música anti-Iraque.pdf
- 689 G1 - Música - NOTÍCIAS - Gravadoras tentam diminuir pirataria de músicas na internet.pdf
- 690 G1 - Música - NOTÍCIAS - Site vai oferecer mais de 25 milhões de músicas gratuitas.pdf
- 691 G1 - Música - NOTÍCIAS - Carla Bruni se diz magoada com as críticas a seu novo CD.pdf
- 692 G1 - Pop & Arte - NOTÍCIAS - Gravadoras americanas jogam a toalha contra pirataria.pdf
- 693 G1 - Música - NOTÍCIAS - Roberto Carlos saiu das prateleiras e foi parar na internet.pdf
- 694 G1 - Música - NOTÍCIAS - Artista novo não ganha dinheiro com CD, diz banda patrocinada pelo Pirate Bay.pdf
- 695 G1 - Música - NOTÍCIAS - Novo álbum do Raconteurs vaza na internet dias antes de ser lançado.pdf
- 696 G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - iPhone pré-pago poderia conquistar novos mercados para a Apple.pdf
- 697 G1 - Música - NOTÍCIAS - Apple confirma expectativas e lança telefone com iPod.pdf
- 698 G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - DJs dão golpe virtual de R\$ 1,43 milhão comprando suas próprias músicas.pdf
- 699 G1 - Zeca Camargo » Radiohead_ duplicar e triplicar » Arquivo.pdf

TABELA 8 – Listagem das 713 notícias do *G1* que compõem o *corpus* documental da pesquisa

		(Conclusão)
ITEM	TÍTULO DA NOTÍCIA	
700	G1 - Zeca Camargo » Por onde terminamos_ » Arquivo.pdf	
701	G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - Conheça as funcionalidades do iPhone 3G, que estréia oficialmente no Brasil.pdf	
702	G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - 'Pai da internet' prevê transformações na TV.pdf	
703	G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - Campus Party reúne nerds, palestras e novidades tecnológicas em SP.pdf	
704	G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - Jogos musicais turbinam indústria dos videogames.pdf	
705	G1 - Zeca Camargo » Mas isso é arte_ Reflexões sobre dois tipos de tobogã » Arquivo.pdf	
706	G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - Confira lista de programas indispensáveis para seu computador.pdf	
707	G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - Feira em Las Vegas troca futuro por recompensa imediata.pdf	

- 708 G1 - Zeca Camargo » Quer comprar a biografia não autorizada de Roberto Carlos legalmente agora_ Pergunte-me como » Arquivo.pdf
- 709 G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - Piratas usam novo filme de Ang Lee para espalhar vírus.pdf
- 710 G1 - Vestibular e Educação - NOTÍCIAS - Aulas de Cambridge e Oxford serão oferecidas no iTunes.pdf
- 711 G1 - Mundo - NOTÍCIAS - EMI se une a site de buscas chinês após perder ação na Justiça.pdf
- 712 G1 - Pop & Arte - NOTÍCIAS - Midem explora tendências musicais e formas de melhorar as vendas.pdf
- 713 G1 - Tecnologia - NOTÍCIAS - Porto Alegre recebe evento internacional de software livre.pdf

Fonte: Elaboração própria, 2013.