

JACQUELINE GUERRA CALÇADO

**INDÚSTRIA DA MÚSICA NO CONTEXTO DA
CULTURA DIGITAL E NOVAS MÍDIAS EM
*FOLHA DE S. PAULO E O ESTADO DE S. PAULO***

São Paulo, 26 de junho de 2010.

JACQUELINE GUERRA CALÇADO

**INDÚSTRIA DA MÚSICA NO CONTEXTO DA
CULTURA DIGITAL E NOVAS MÍDIAS EM FOLHA
DE S. PAULO E O ESTADO DE S. PAULO**

Monografia de Conclusão do Curso de
Especialização em Comunicação Jornalística com
Ênfase em Jornalismo Cultural, exigência para a
obtenção do grau de Especialista em Jornalismo
Cultural.

Área de Concentração: Jornalismo Cultural
Orientador: Prof. Dr. João Batista Natali

Coordenadoria Geral de Especialização, Aperfeiçoamento e Extensão da PUC-SP.

Pontifícia Universidade Católica de São Paulo

São Paulo, 26 de junho de 2010.

AGRADECIMENTOS

Externo minha gratidão àqueles que contribuíram, direta ou indiretamente, para a elaboração deste trabalho e a conclusão do curso de Especialização em Comunicação Jornalística – COGEAE da PUC-SP.

Sou grata ao meu pai Walter (*in memoriam*) por estimular o gosto pelos estudos, pela leitura e por instigar um espírito crítico essencial na busca por um conhecimento apurado e por valores éticos enquanto cidadão e profissional.

À minha mãe Carmelita sou grata pelo incentivo moral e apoio em todos os momentos ao longo da trajetória de graduação e pós-graduação.

Sou grata ao professor João Batista Natali pelos comentários e orientações fundamentais, pela dedicação e disponibilidade em responder as minhas dúvidas, pelas gentis palavras de incentivo e pelas conversas interessantíssimas em que pude aprender não somente sobre o tema da monografia, mas sobre o universo cultural e jornalístico.

Ao corpo docente do curso sou grata pelo ensino de um vasto conteúdo essencial para o desenvolvimento deste trabalho e para minha profissão.

Ao SESC SP sou grata pela bolsa de estudos e por proporcionar um ambiente de trabalho que contribui para a minha formação cultural e experiência profissional e no qual tenho a oportunidade de colocar em prática o aprendizado teórico e acadêmico.

Sou grata a Deus pela disposição, pelas inspirações e por concluir um projeto e um curso pelos quais almejei durante muito tempo.

RESUMO

Esta pesquisa investiga a cobertura jornalística, realizada pelos cadernos de *Tecnologia e Cultura* dos periódicos *Folha de S. Paulo* e *O Estado de S. Paulo*, sobre a crise na indústria fonográfica em consequência da queda no número de vendas de CDs e as transformações ocorridas na indústria da música em função das novas formas de difusão na internet, incluindo a questão da pirataria e direitos autorais. Para isso, a pesquisa foi fundamentada no período de janeiro de 2009 a dezembro de 2009.

Palavras-Chave: Jornalismo cultural, indústria cultural, mercado fonográfico, difusão musical na internet, pirataria, cibercultura, cultura digital, direitos autorais, propriedade intelectual, cultura livre, cultura colaborativa.

ABSTRACT

The present research investigates the coverage, held by the editorial boards *Technology and Culture*'s of periodicals *Folha de S. Paulo* and *O Estado de S. Paulo*, about the crisis in the music industry as a result of the decline in CD sales and the changes in the music industry as new forms of diffusion on the Internet, including the issue of piracy and copyright. For this, the research was based on the period from January 2009 to December 2009.

Key words: Cultural Journalism, cultural industry, music industry, music broadcasting on the Internet, piracy, cyberculture, digital culture, copyright, intellectual property, free culture, collaborative culture.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	8
CAPÍTULO UM	
Indústria Cultural e mercado fonográfico.....	12
1.1. Evolução da indústria fonográfica.....	12
1.2. A crise da indústria fonográfica em números.....	15
CAPÍTULO DOIS	
Cibercultura – uma nova configuração antropológica no consumo de música	17
2.1. Contracultura, Cultura <i>cyberpunk</i> e Pirataria na Internet	17
2.2. Artistas – produção e promoção musical no ciberespaço	22
2.3. “Music like water” (Música como água) – Gerd Leonhard.....	23
2.4. Propriedade intelectual, direitos autorais e cultura livre – Lawrence Lessig	26
CAPÍTULO TRÊS	
A difusão musical na internet em Folha de S. Paulo e O Estado de S. Paulo – Análise de conteúdo	28
3.1. Indústria do entretenimento / mercado fonográfico.....	28
3.1.1. Crise no modelo tradicional de negócios e o crescimento de outros mercados na produção musical.....	28
3.1.2. Novidades tecnológicas no no mercado de entretenimento	33
3.2. Pirataria e Direitos Autorais	43
3.2.1. Pirataria na internet - uma discussão sobre legislação de direitos autorais	43
3.2.3. O julgamento dos fundadores do <i>Pirate Bay</i>	63
3.3. Cultura livre e cultura colaborativa	78
3.4. Os artistas e a internet – uma relação proveitosa ou conflituosa?	80
3.4.1. Artistas que utilizam a internet como canal de divulgação.....	80
3.4.2. Artistas que defendem música gratuitamente.....	92
3.4.3. Artistas que estimulam a pirataria	92
3.4.4. Vazamento de álbuns na rede.....	93
3.4.5. Artistas que estão se adaptando ao mercado.....	96
3.4.6. Artistas Contra a Pirataria na Internet.....	98

3.4.7. Artistas que apontam prós e contras na internet	100
3.5. Música erudita na internet	102
3.6. Coluna Conexão Pop – Ilustrada	103
CONSIDERAÇÕES FINAIS	109
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	112
ANEXO	118

“O melhor uso que podemos fazer do ciberespaço é colocar em sinergia os saberes, as imaginações, as energias espirituais daqueles que estão conectados a ele.”

(Pierre Lévy)

Introdução

Os novos canais de comunicação na internet estão alterando as formas de produção, difusão, comercialização e consumo da música. Nos últimos anos, o panorama do mercado musical vem sofrendo transformações, seja em razão da queda vertiginosa na venda de CDs a cada ano, seja pelo aumento da venda de música em formato digital (MP3) e, principalmente, em função do acesso gratuito, de forma ilegal, a um diversificado conteúdo protegido por direitos autorais em sites, *blogs*, redes sociais e serviços de compartilhamento de arquivos na internet, o que configura pirataria online.

A escolha do tema se justifica a partir do crescente interesse que vem despertando. Milhares de pessoas utilizam a internet como canal para buscar conteúdo – música, filmes, livros, vídeos, jogos etc. O presente trabalho investiga como a imprensa tradicional está realizando a cobertura de um fenômeno que ocorre em novas mídias. O universo da comunicação está inserido na pesquisa na medida em que analisamos o meio e a mensagem.

“Os suportes da comunicação e as tecnologias são determinantes na mensagem: os conteúdos modificam-se em função dos meios que os veiculam”. A partir do pensamento de Marshall McLuhan^[1], este estudo analisa a cobertura da imprensa tradicional (meio) sobre a difusão musical (mensagem) na internet (meio) e seu impacto no mercado fonográfico (mensagem).

O projeto de pesquisa inicial deste estudo, elaborado em junho de 2008, previa esta análise desta cobertura, entre junho de 2007 e junho de 2008, nos jornais *Folha de S. Paulo* e *O Estado de S. Paulo*, nas revistas semanais *Época* e *Veja* e nas revistas mensais *Bravo!* e *Rolling Stone Brasil*.

A hipótese, na ocasião, fundamentava-se na ideia de que a cobertura destes veículos apresentava uma lacuna e uma defasagem em relação à abordagem e interpretação do dimensionamento das mudanças socioculturais e mercadológicas provocadas pela distribuição da música na internet. Em 2007, o assunto não estava sendo repercutido na imprensa, nem tampouco analisado com o destaque que poderia ter, proporcionalmente ao impacto que o fenômeno já apresentava no comportamento das pessoas, no consumo, na cultura digital e no mercado cultural e de entretenimento em todo o mundo.

Em 2008 e 2009, o tema obteve mais espaço nos veículos de comunicação, que passaram a se pautar cada vez mais pelos assuntos que se destacam no jornalismo online e na rede mundial de computadores, em blogs, sites de relacionamento e mídias sociais.

O número de reportagens cresceu de forma significativa em frequência e volume de informações, e o universo da música na internet teve outros desdobramentos que geraram mais pautas para a mídia. Portanto, com a ampliação dos textos publicados pelos dois jornais diários, o período de análise da cobertura do presente trabalho foi modificado e compreende entre janeiro e dezembro de 2009. Também considerei necessário reduzir o número de publicações inicialmente proposto e me restringi aos jornais *Folha de S. Paulo* e *O Estado de S. Paulo*, veículos que publicaram as matérias mais significativas em termos de aprofundamento da discussão sobre a questão.

A pesquisa abrangeu matérias publicadas nos cadernos *Ilustrada* e *Informática*, da *Folha de S. Paulo*, e *Caderno 2* e *Link*, de *O Estado de S. Paulo*. No período de pesquisa, foram identificados 163 textos jornalísticos sobre o assunto, incluindo reportagens, reportagens especiais, entrevistas, artigos, colunas e notas. A análise do quadro a seguir permite uma comparação quantitativa:

Veículo / Caderno	Número de matérias	Número de edições	Porcentagem de matérias publicadas em comparação ao número de edições
<i>Folha de S. Paulo</i> – Ilustrada	55	365	15,06 %
<i>Folha de S. Paulo</i> – Informática	23	52	44,23 %
<i>Folha de S. Paulo</i> – Total	78	417	18,70%
<i>O Estado de S. Paulo</i> – Caderno 2	38	365	10,41%
<i>O Estado de S. Paulo</i> – Link	47	52	90,38%
<i>O Estado de S. Paulo</i> – Total	85	417	20,38%

Proporcionalmente ao número de edições, o caderno *Link* foi o que mais publicou matérias sobre o assunto ocupando 90,38% de suas edições. O espaço dedicado pelo caderno *Link* foi maior não somente na quantidade de vezes em que o assunto foi abordado mas também no número de páginas destinadas à cobertura com várias retrancas ao longo do caderno seguindo o tema da reportagem de capa.

Uma comparação entre *Folha de S. Paulo* e *O Estado de S. Paulo* mostra um equilíbrio, já que *O Estado de S. Paulo* publicou um número um pouco superior de matérias – 85 – em relação à *Folha de S. Paulo* – 78.

O que chama a atenção na comparação dos dados quantitativos não é a diferença entre os dois veículos, *Folha* e *Estado*, mas sim a diferença entre os cadernos de Tecnologia e os cadernos de Cultura.

A princípio, o tema de estudo é um assunto tradicionalmente ligado ao mercado musical e à indústria cultural e, portanto, aos cadernos culturais; contudo, não teve tanto destaque nessa editoria quanto nos cadernos de informática, que surgiram com a proposta inicial de oferecer uma cobertura jornalística do universo da tecnologia, *hardwares* e *softwares*.

Em 2009, as editorias de informática acentuaram a cobertura acerca dos aspectos que envolvem a cultura digital – o conteúdo online, a interação e a colaboração das pessoas na rede mundial de computadores para a produção e circulação de conhecimento e cultura.

Portanto, a partir de uma análise de discurso crítica, o trabalho defende uma nova hipótese: os cadernos de informática estão fazendo uma cobertura mais ampla e apurada do objeto de estudo desta pesquisa, com maior frequência e profundidade, apresentando diferentes pontos de vista, ouvindo um maior número de fontes, propondo análises, apontando tendências e posicionando uma opinião editorial sobre o tema.

Em vista disso, o objetivo do trabalho passou a ser a comparação entre os cadernos de *Tecnologia* e os cadernos de *Cultura*, em vez da tradicional comparação entre *Folha de S. Paulo* e *O Estado de S. Paulo*. Ao buscar esta análise comparativa, surge um questionamento quanto à prática do jornalismo cultural nos cadernos de variedades. Se *Link* e *Folha Informática* ampliaram seu campo de cobertura para pautas relacionadas ao jornalismo cultural, é possível inferir que houve uma lacuna por parte de *Caderno 2* e *Ilustrada* em publicar matérias que abrangem questões relacionadas ao mercado cultural e à cibercultura?

A observação do conjunto de matérias publicadas pelo *Link*, por exemplo, mostra que as pautas seguem uma sequência de enfoques e informações que se complementam seguindo a mesma linha editorial. Já os cadernos de Cultura apresentam matérias isoladas que não “dialogam entre si” e não compõem uma continuidade de reflexão sobre o assunto.

Além do objetivo principal, a pesquisa também investiga como os cadernos vêm se posicionando sobre os movimentos de democratização na internet quanto à propriedade intelectual e aos direitos autorais no universo da música.

O primeiro capítulo introduz um breve histórico da indústria fonográfica apontando os diferentes formatos de difusão da música em massa. Em seguida, o trabalho apresenta dados sobre a crise no mercado fonográfico.

O segundo capítulo fala sobre a mutação contemporânea e as novas formas de produzir e consumir música com a emergência de novas mídias tecnológicas. Este capítulo explicita os pressupostos teóricos, a fundamentação bibliográfica e os principais conceitos e categorias dos termos usados na pesquisa.

O terceiro capítulo refere-se à análise de conteúdo do corpus do trabalho – os textos jornalísticos dos cadernos *Link* e *Caderno 2*, do *Estado de S. Paulo*, e *Informática e Ilustrada*, da *Folha de S. Paulo*.

1 – Indústria cultural e mercado fonográfico

“A cibercultura encarna a transformação da sociedade de consumo e da sociedade do espetáculo”.

Pierre Lévy

1.1. Evolução da indústria fonográfica

Os rumos da indústria cultural, tal como concebida por Adorno e Horkheimer^[2], vem ganhando novos aspectos a serem analisados a partir do desenvolvimento da tecnologia digital na sociedade contemporânea. Os autores da Escola de Frankfurt defenderam a existência de uma linha de produção industrial da cultura, com finalidades mercadológicas, que impulsionaria as massas ao consumo.

Os efeitos da reprodução industrial da arte são analisados no ensaio *A Obra de Arte na Era de sua Reprodutibilidade Técnica*, de Walter Benjamin. E Theodor W. Adorno, em *Fetichismo na Música e Regressão na Audição*, afirmou que, ao submeter a produção cultural aos anseios capitalistas, a indústria retira a autenticidade da música popular e a transforma em uma mercadoria qualquer.

O consumidor não é rei, como a indústria cultural gostaria de fazer crer, ele não é o sujeito dessa indústria, mas seu objeto. O termo *mass media*, que se introduziu para designar a indústria cultural, desvia, desde logo, a ênfase para aquilo que é inofensivo. [...] A indústria cultural abusa da consideração com relação às massas para reiterar, firmar e reforçar a mentalidade destas, que ela toma como dada *a priori*, e imutável. É excluído tudo pelo que essa atitude poderia ser transformada. As massas não são a medida mas a ideologia da indústria cultural, ainda que esta última não possa existir sem a elas se adaptar.

(ADORNO, 1968)

No âmbito da produção musical, desde a criação do fonógrafo por Thomas Edison em 1877, esta tese comprovou-se válida durante décadas. Independente do suporte de distribuição musical que se sobrepôs – LP, vinil, fita cassete, CD ou DVD – poderosos conglomerados da indústria do entretenimento e da comunicação dominaram a difusão dos produtos culturais, auferindo grandes lucros e tornando-se mediadores e “filtros” do conteúdo oferecido à sociedade. Para uma análise mais apropriada deste cenário, cabe a descrição de uma breve linha do tempo do advento de diferentes suportes e formatos de reprodução musical.

Até a invenção do fonógrafo, a música ao vivo era a única forma de audição. Em 1887, o alemão Émile Berliner (1851 - 1929) criou o gramofone, aparelho que possibilitou a reprodução musical nos lares e em outros espaços além das salas de concerto e óperas.

A mudança do cilindro do fonógrafo para os discos planos levaria, nas décadas seguintes, à invenção do LP (*long play*). No início, os discos possuíam 7 polegadas de diâmetro e logo passaram para 10 polegadas, no começo do século XX. Cada lado reproduzia cerca de 3 a 4 minutos.

Alguns anos antes, tiveram início as experiências que culminariam na invenção do rádio, cuja paternidade é atribuída a diferentes inventores. As primeiras transmissões ocorreram em 1919 e chegaram ao Brasil em 1922, dando início à Era do Rádio.

Nas décadas seguintes, o sucesso de vendas dos LPs ficou garantido com a promoção de gêneros americanos como o *blues* e o *rock'n'roll*. O desenvolvimento do formato analógico de reprodução de músicas evoluiu, nos anos 60, aos discos de vinil (PVC) em que cabiam até 45 minutos de música distribuídos em dois lados, a 33 1/3 rotações por minuto, substituindo as antigas “bolachas” de 78 e 45 rpm.

Já nos anos 60, a *Philips* criou a fita cassete, que se tornou popular nas décadas de 70 e 80. O novo suporte modificou a relação dos consumidores de música, permitindo a gravação e a edição de álbuns, conforme o interesse pessoal, propiciando uma oportunidade de interação com a criação artística.

Em 1979, foi inventado o primeiro aparelho conhecido como *walkman*, que introduziu a possibilidade da música portátil – até então os aparelhos de reprodução eram grandes e pesados. Os conceitos de interatividade e portabilidade passaram a ser muito importantes para as gerações seguintes.

O surgimento do *compact disc* (CD) iria impulsionar as vendas da indústria fonográfica em todo o mundo. O primeiro CD foi lançado em 1981, mas só tornou-se acessível no mercado brasileiro na década de 90. O sucessor do vinil – um disco óptico de 12 cm – tem dimensões reduzidas em relação ao suporte anterior e reproduz músicas por meio da tecnologia digital.

A invenção seguinte foi o *discman*, em 1984, que substituía a reprodução da fita cassete pelo CD, ajudando a aumentar a venda dos álbuns nos anos seguintes.

A década de 90 foi de expressivo crescimento para a indústria fonográfica, que conseguiu atrair o interesse do público para o consumo de música por meio de estratégias de marketing com grandes campanhas de lançamento de CDs e, posteriormente, DVDs. Para garantir o retorno comercial, as gravadoras atuantes no Brasil nem sempre se preocuparam em investir em novos talentos, mas em produzir artistas que trabalhassem com o estilo musical do momento – lambada, música sertaneja, pagode, axé e funk – estas foram algumas das apostas do mercado no Brasil, por exemplo.

Neste processo, artistas que não se enquadravam num determinado formato comercial, encontravam dificuldade para mostrar seu trabalho, gravar um disco, tocar nas rádios, aparecer na TV, fazer shows, enfim, chegar ao grande público.

O cenário começou a mudar com o surgimento das gravadoras independentes. Foi o início das alterações no ramo fonográfico produzidas por novas ferramentas tecnológicas, que possibilitaram a pequenos selos montarem catálogos de artistas. A massificação das *majors*^[3] abriu caminho para que as *indies*^[4] explorassem novos nichos de mercado, lançando artistas menos conhecidos, porém com um tratamento artístico diferenciado. Muitos músicos e bandas passaram, então, a criar seu próprio selo e a produzir seu trabalho, já que mais uma vez a tecnologia veio facilitar a montagem de estúdios para gravação de discos.

Este esquema foi utilizado no começo por artistas que ainda não tinham espaço na indústria fonográfica, mas com o agravamento da crise na venda de discos, logo os artistas consagrados também romperam seus contratos com as grandes gravadoras, passando a lançar álbuns de forma independente, até como forma de garantir a liberdade de repertório e a direção artística, deixando para as gravadoras a distribuição dos CDs e DVDs em pontos de venda.

Porém, logo a indústria passou a enfrentar uma árdua competição com a entrada no mercado informal da pirataria de CDs, que também tornou-se viável em razão do desenvolvimento tecnológico. As vendas começaram a cair tanto para as gravadoras do *mainstream* como para as independentes. Outra questão que passou a influenciar na venda de CDs foi o crescimento dos consumidores de música na internet.

1.2. A crise da indústria fonográfica em números

A partir de 2003, a Associação Brasileira de Produtores de Disco (ABPD) passou a publicar o resultado de estudos e pesquisas sobre o mercado de música no Brasil. E a Federação Internacional da Indústria Fonográfica (IFPI)^[5] sobre o mercado mundial. Para a compreensão do cenário, vamos apresentar as pesquisas de 2007 a 2009.

Segundo dados da ABPD, em 2007 a receita de comercialização de música através da telefonia móvel cresceu 127% e a proveniente da internet aumentou 1.619%. As vendas de CDs e DVDs movimentaram, neste ano, R\$ 312 milhões, o que representou uma redução no faturamento líquido das companhias que reportam estatísticas para a ABPD de 31,2% em comparação ao ano de 2006, quando o setor fonográfico movimentou R\$ 454,2 milhões.

O segmento digital arrecadou R\$ 24,5 milhões, o que representa 8% do mercado total de música no Brasil (em 2006 esse percentual foi de apenas 2%). Do total das vendas digitais, 24% representaram receitas advindas da internet (R\$ 5,74 milhões) e 76% vendas de música digital via telefonia móvel (R\$ 18,54 milhões).

A venda de DVDs também diminuiu em 2007, representando cerca de 31,2% do total das vendas físicas da indústria fonográfica (comparados a 29,1% em 2006). O balanço do segmento em 2007 mostrou uma redução de 26,3% em valores (cerca de R\$ 97,4 milhões), e de 7,5% em unidades (5,8 milhões de unidades vendidas).

O relatório da IFPI aponta que, em 2007, as vendas de música digital cresceram 185% no Brasil e 40% no mundo, movimentando cerca de US\$ 2,9 bilhões, passando a representar 15% das receitas totais da indústria fonográfica mundial. Em 2006 esse segmento era de 11% nas vendas de música e em 2003 era praticamente inexistente, o que faz da música o setor mais avançado digitalmente da área de entretenimento, atrás apenas do setor de jogos eletrônicos. De acordo com o relatório, para cada download feito a partir de lojas online autorizadas, 20 seriam feitos de forma ilegal, e mais de 80% do tráfego mundial, nas redes dos provedores, seria constituído de distribuição ilegal de arquivos protegidos.

2008 foi um ano de recuperação e crescimento para o mercado brasileiro, que faturou 6,5% a mais do que no ano anterior, de acordo com a ABPD, movimentando R\$ 359,9 milhões. As receitas provindas do mercado de música digital para internet e telefonia móvel cresceram em torno de 79,1%. No mundo, o crescimento do segmento digital em 2008 foi de 25% , segundo a IFPI.

E em 2009, os números permaneceram estáveis no mercado brasileiro com uma receita de R\$ 358,432 milhões incluindo venda de música nos formatos físicos (CD, DVD e Blu-ray) e digitais (via internet e telefonia móvel). As vendas digitais via internet aumentaram 159,4%, o que representou 58,7% do mercado total das vendas digitais.

Ainda de acordo com a ABPD, o mercado de CDs representou 60% do mercado total de música no Brasil. Ficando os outros 28,1% por conta dos formatos em vídeos musicais (DVDs + Blu-Ray) e 11,9% com os formatos digitais.

O segmento de música digital no mundo teve um crescimento de 12% em 2009, de acordo com o *Digital Music Report* divulgado pela IFPI, com receita de 4.2 bilhões de dólares, o que representa 27% do total das vendas de música gravada no mundo. No Brasil esse segmento gerou, no mesmo ano, 42,8 milhões de reais.

2. Cibercultura – uma nova configuração antropológica no consumo da música

O presente capítulo irá apresentar as origens da cibercultura, as novas formas de produção e difusão musical em novas mídias e o pensamento de dois teóricos que contribuem para o entendimento de questões relacionadas ao tema: Gerd Leonhard e Lawrence Lessig.

2.1. Contracultura, Cultura *Cyberpunk* e Pirataria na internet

As transformações ocorridas, com o advento de novas mídias, na oferta de produtos culturais e na difusão musical vêm acontecendo paralelamente ao processo de lançamentos musicais promovidos de forma tradicional pela indústria fonográfica – “gravadora-CD-marketing-rádio-TV-ponto-de-venda-turnê-de-shows”.

As mudanças, no âmbito global e também brasileiro, vêm sendo introduzidas por novas tecnologias e ferramentas de comunicação digitais que têm causado um impacto no comportamento e na relação das pessoas com a cultura digital e com a indústria cultural, fazendo do consumidor também produtor e difusor de conteúdo. Essas transformações na sociedade contemporânea resultam em uma nova economia da informação e do conhecimento com implicações para a indústria do entretenimento.

Todo esse cenário está relacionado à cibercultura e ao ciberespaço. Com o filósofo Pierre Lévy (1999, p.13), definimos os conceitos dos termos mencionados:

O ciberespaço (que também chamarei de “rede”) é o novo meio de comunicação que surge da interconexão mundial dos computadores. O termo especifica não apenas a infra-estrutura material da comunicação digital, mas também o universo oceânico de informações que ela abriga, assim como os seres humanos que navegam e alimentam esse universo. Quanto ao neologismo “cibercultura”, especifica aqui o conjunto de técnicas (materiais e intelectuais), de práticas, de atitudes, de modos de pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do ciberespaço.

Como afirma o sociólogo André Lemos (2002, p. 16), a cibercultura nasceu nos anos 50 com a informática e a cibernética, começou a se tornar popular na década de 70 com o surgimento do microcomputador e estabeleceu-se completamente nos anos 80 e 90: em 80 com a informática de massa e em 90 com as redes telemáticas, principalmente com o *boom* da internet.

O que chamamos de novas tecnologias de comunicação e informação surge a partir de 1975, com a fusão das telecomunicações analógicas com a informática, possibilitando a veiculação, sob um mesmo suporte – o computador -, de diversas formatações de mensagens. Esta revolução digital implica, progressivamente, a passagem do *mass media* (cujos símbolos são a TV, o rádio, a imprensa, o cinema) para formas individualizadas de produção, difusão e estoque de informação. Aqui a circulação de informações não obedece à hierarquia da árvore (um – todos), e sim à multiplicidade do rizoma (todos – todos).

(LEMOS, 2002, p. 6)

O formato de música digital MP3 (compactação de arquivos de áudio digital) surgiu em 1991, mas foi com a popularização da internet a partir de 1995 e o surgimento do *Winamp*, um software de reprodução de MP3 precursor na distribuição de música na *web*, que o formato digital começou a deslanchar. Em 1999, o *Napster*, serviço gratuito de troca de arquivos, começou a chamar a atenção do mercado fonográfico ao conquistar milhares de usuários. Por meio da tecnologia P2P (*peer-to-peer*^[6]), cada usuário do sistema poderia disponibilizar para download seus arquivos em MP3 e trocar com outros usuários do mundo todo, inclusive material protegido por direitos autorais. Processado por gravadoras, por músicos e pela *Record Industry Association of America* (RIAA), o *Napster* saiu do ar em 2001 e retornou anos depois como um serviço pago por meio do sistema de assinaturas.

Porém, os internautas passaram a migrar para outros sistemas de compartilhamento de arquivos, como *KaZaa*, *Emule*, *Soulseek*, *PirateBay* e *Mininova*, mostrando que o caminho da difusão musical na internet não têm mais volta. De forma legal ou mesmo violando a lei de proteção aos direitos autorais, é possível fazer *download* de álbuns inteiros ou somente de uma música, além de vídeos e shows.

A indústria fonográfica demorou a compreender o fenômeno da música na internet. Em vez de lutar contra o interesse do consumidor pela música online, as gravadoras deveriam ter iniciado mais cedo a exploração deste novo mercado. É possível notar que os esquemas das gravadoras com as rádios e com a mídia em geral

para promoção de determinados artistas e estilos musicais vêm perdendo força. Paralelamente, as novas mídias estão ganhando visibilidade.

Iniciativas como a loja virtual *iTunes Store* da Apple e a Trama Virtual (site da gravadora Trama) mostram que o mercado vem aderindo à venda online de músicas.

As rádios online como a *Last.fm*, criada em 2002, também constituem uma opção para os usuários ouvirem música e criarem sua própria programação. Os *podcasts*^[7] fornecem o conteúdo de programas online para que o usuário possa armazenar e assistir ou ouvir quando quiser.

De acordo com Levy (1999, p. 127), três princípios orientaram o crescimento inicial do ciberespaço: a interconexão (a comunicação sem fronteiras), a criação de comunidades virtuais e a inteligência coletiva (criação em conjunto).

Sites de relacionamento como *MySpace* e *YouTube* despontaram como espaços coletivos virtuais, onde cada usuário pode disponibilizar suas canções ou vídeos e interagir com os demais participantes de acordo com afinidades e dentro de um processo de cooperação ou de troca. Blogs, fóruns temáticos e chats têm se configurado como veículos de expressão e debate entre os internautas interessados em conhecer novidades, ler e comentar lançamentos musicais. A possibilidade de interconexão e o acesso a informações complementares sobre um artista ou música, por meio de links para vídeos, fotos, áudios e textos, cria um ambiente atraente e dinâmico. Tudo isso, propicia novos mediadores e interlocutores na produção e distribuição cultural, resultando em uma nova configuração antropológica do consumo de música.

A cibercultura é a expressão da aspiração de construção de um laço social, que não seria fundado nem sobre relações institucionais, nem sobre relações de poder, mas sobre a reunião em torno de centros de interesses comuns, sobre o jogo, sobre o compartilhamento do saber, sobre a aprendizagem cooperativa, sobre processos abertos de colaboração. O apetite para as comunidades virtuais encontra um ideal de relação humana desterritorializada, transversal, livre.

(LÉVY, 1999, p. 130)

Levy e Lemos apontam a origem da cibercultura não somente como fruto de inovações tecnológicas, mas também de uma efervescência social influenciada pela contracultura americana dos anos 60 e 70, que contestou o poder do *establishment* e a separação individualista causada pela cultura moderna industrial e racionalista.

A atitude “*cyberpunk*” teve influência, a partir de 1975, na difusão da informática, nos Estados Unidos, que estava até então restrita a sistemas centralizados e vinculada a projetos militares.

A microinformática foi uma invenção de "radicais" californianos, no Vale do Silício (EUA), que buscavam a democratização dos computadores e combatiam a centralização da informação pela elite tecnocrática – as castas científica, econômica, industrial e militar. Eles integraram o espírito anárquico, transgressor, desviante e apropriador que marcou a contracultura dos anos 60 ao imaginário *cyberpunk* dos anos 80 e 90.

O termo *cyberpunk* tem suas origens no movimento homônimo de ficção-científica que associa tecnologias digitais, psicodelismo, tecno-marginais, ciberespaço, cyborgs e poder mediático, político e econômico dos grandes conglomerados multinacionais. Uma emergente subcultura jovem, fusionando antiautoritarismo punk com amor pelas tecnologias de ponta.

(LEMOS, 2002, p. 185)

O lema dos *cyberpunks* e *hackers* é: “Você pode fazer a sua própria literatura, sua própria música, sua própria televisão, sua própria vida – e mais importante de tudo – sua própria realidade”. Outro mote: “A informação deve ser livre; o acesso aos computadores deve ser ilimitado e total. Desconfie das autoridades, lute contra o poder, coloque barulho no sistema, rompa essa fronteira, faça você mesmo.”

“Se os radicais que criaram os microcomputadores na década de 70 propunham a informática para todos, os internautas da década de 90 propõem a conexão generalizada. (LEMOS, 2002, 109). Todo esse ideário foi precursor das trocas de arquivos e da pirataria digital praticadas no ciberespaço nos anos 2000, época marcada por um contexto de desvios e de excessos da cultura *hacking* (pirataria digital), como explica Lemos:

A forma como os *media* tradicionais tratam o fenômeno do *hacking* reforça a infantilização desta cultura, como um modo de torná-la trivial e com isso neutralizá-la. Como vimos, o *hacker* pode ser visto como um amador que mistura negligência e interesse, marcado por uma nova relação entre a contracultura e as tecnologias microeletrônicas. Se a contracultura dos anos 70 foi baseada, como mostra Ross, numa tecnologia do folclore (orientalismo, misticismo, ideias antitecnológicas, natureza), a cibercultura seria uma cultura baseada numa espécie de folclore da tecnologia (realidade virtual, ciberespaço, pós-humanismo). [...] É a partir da ideia do *hacking* que se forma o imaginário da cibercultura. Notamos a popularização e até mesmo a trivialização deste imaginário onde a máxima é: “Tudo pode na internet, a rede é livre, a informação deve ser livre, a privacidade é um direito inalienável, etc”.

(LEMOS, 2002, p. 237)

O autor constitui, ainda, um quadro das manifestações da cibercultura:

O que vemos nas diversas manifestações da cibercultura é uma apropriação de imagens, de obras através de colagens, de discursos não-lineares, um verdadeiro *zapping* e *hacking* daquilo que Guy Debord chamou de sociedade do espetáculo. Os exemplos são numerosos: o neopaganismo dos *zippies*, o faça você mesmo dos *cyberpunks*, a criptografia cara aos *cypherpunks*, o ativismo dos *hackers* e a violência dos *crackers*, os fanáticos dos jogos eletrônicos, o isolamento dos otakus japoneses, os delírios das *raves* e da realidade virtual, a arte eletrônica, a moda sintética ou ciber-fashion, os transumanistas *extropians* A tecnologia deve, como dizia nos anos 50 o filósofo Gilbert Simondón, fazer parte da cultura, já que ela é constitutiva do homem.

(LEMOS, 2002, p. 19)

Lévy vai além e defende que a cibercultura pode ser considerada herdeira legítima do projeto progressista dos filósofos iluministas do século XVIII.

De fato, ela [a cibercultura] valoriza a participação em comunidades de debate e de argumentação. Na linha direta das morais igualitárias, encoraja uma forma de reciprocidade essencial nas relações humanas. Desenvolveu-se a partir de uma prática assídua das trocas de informações e de conhecimentos, que os filósofos das luzes consideravam como sendo o principal motor do progresso. E, portanto, se algum dia fomos modernos, a cibercultura não seria pós-moderna, estaria antes dando continuidade aos ideais revolucionários e republicanos de **liberdade, igualdade, fraternidade**. Apenas, na cibercultura, esses “valores” encontram-se encarnados em dispositivos técnicos concretos. Na era das mídias eletrônicas, a **igualdade** é realizada enquanto possibilidade rara que cada um emita para todos; a **liberdade** é objetivada por meio de programas de codificação e do acesso transfronteiriço a diversas comunidades virtuais; a fraternidade, enfim, transparece na interconexão mundial. Assim, longe de ser decididamente pós-moderno, o ciberespaço pode surgir como uma espécie de materialização técnica dos ideais modernos. Em particular, a evolução contemporânea da informática constitui uma impressionante realização do objetivo marxista de apropriação dos meios de produção pelos próprios produtores.^[8]

(LÉVY, 1999, p. 245)

Neste aspecto da questão reside o ponto de partida para a importância de se discutir nas arenas públicas – universidade e mídia – as formas de circulação de informação, conhecimento e produção cultural no ciberespaço.

2.2. Artistas – produção e promoção musical no ciberespaço

Parte significativa do conteúdo cultural que circula no ciberespaço – músicas, filmes, vídeos e livros – é acessado de forma ilegal; ou seja, autores, intérpretes, gravadoras e editoras não recebem os direitos autorais. Enquanto alguns artistas lamentam a respeito desta perda, outros aproveitam o mundo virtual para praticar novas estratégias de marketing. É o caso dos músicos que criaram um perfil no site *MySpace*¹⁹¹ (www.myspace.com), no qual é possível disponibilizar músicas, videoclipes e mostrar um single que poderá atrair o ouvinte para a compra do CD completo com outras músicas. Mas, se antigamente o músico tinha que preparar um projeto de álbum, elaborando um conceito para o disco, com o repertório, a capa e a identidade visual, atualmente há artistas que não se preocupam em seguir este formato tradicional, ou alcançam sucesso sem aderir a ele.

Por meio das novas mídias, o artista pode lançar músicas conforme sua vontade e necessidade, sem estar preso a contratos e seguir regras determinadas por uma gravadora, além de necessitar de pouco investimento financeiro. Por exemplo, ao colocar duas músicas no *MySpace*, ele tem chances de alcançar um número expressivo de acesso dos internautas, fama no “boca a boca” *online* e lotar casas de shows. O público tem acesso direto ao artista, deixando mensagens no site, interagindo e enviando as músicas para os amigos.

Desta forma, o músico inicia a promoção de sua carreira de forma independente e pode ser atraído para a grande mídia e para o mercado fonográfico posteriormente. Para as gravadoras, contratar os artistas revelados na internet também é uma estratégia valiosa, pois o artista já “provou” que tem potencial de vendas, uma vez que é possível mensurar o número de acessos aos sites.

Outra tendência surgida no mercado é a música digital para celular. A venda de músicas para *ringtones*, toques personalizados dos aparelhos, tem crescido substancialmente e sido uma fonte de lucro para as operadoras de telefonia móvel. Outro exemplo vem da indústria da informática, que investiu em *players* portáteis (tocadores de música digital) como o *iPod* e tem apostado na convergência das mídias em um único aparelho. Embora as gravadoras estejam enfrentando uma crise financeira, outros conglomerados têm faturado ao comercializar música digital.

2.3. “*Music like water*” (Música como água) – Gerd Leonhard

“Para os fãs de música, consumidores e ‘usuários’, o futuro é brilhante, sem ‘se’ ou ‘mas’. Nós finalmente iremos ter as chances que queremos, ao preço que queremos, quando e onde queremos – e nossas necessidade irão conduzir o negócio em vez de serem subjugadas à agenda das corporações”
(Gerd Leonhard)

O alemão Gerd Leonhard é um dos mais conhecidos futuristas em mídia, comunicação e tecnologia. É autor do livro *The Future of Music* (2005, *Berklee Press*), e dos e-books *Music 2.0* (2008) e *The End of Control* (www.endofcontrol.com, 2007). Gerd é considerado um dos principais experts em tópicos como indústria da música, mídias sociais, inovação e empreendedorismo, *copyright* e licenciamento, estratégias de conteúdo digital, entre outros assuntos. Em seu blog (www.mediafuturist.com), nos livros e nas conferências que realiza em vários países do mundo, ele vem apontando tendências e previsões para o modelo de negócios da música.

A expressão “*Music Like Water*” (Música como Água), cunhada por Leonhard, resume a ideia principal de sua visão sobre o assunto. Ele acredita que a música não é mais um produto, mas um serviço, e os consumidores vão acessar música a qualquer momento e em qualquer lugar.

A música seria disponibilizada livremente (mas não gratuitamente) e seria onipresente como água ou eletricidade, com todos pagando e usando, com uma cobertura em toda parte acessada por um infinito número de pontos de entrada (net, cabo, wireless, satélite etc) em diferentes aparelhos e dispositivos e em variados formatos.

Eu acredito firmemente que nós estamos seguindo para um futuro em que “música será como água”, baseado neste simples fato: hoje, há mais pessoas em mais lugares ao redor do globo ouvindo música com mais entusiasmo e absoluta determinação do que antes, e dependendo do conhecimento cultural, elas estão usando uma miríade de formas diferentes para ter o que elas querem. E mais, até certo ponto a indústria fonográfica tradicional simplesmente não foi convidada para a festa. A ideia principal é que dar poder ao consumidor finalmente chegou ao negócio de música, e muitos consumidores estão assumindo a responsabilidade por seu próprio entretenimento. Agora é “Minha Mídia”, não sua que você simples transmite para mim.^[10]

Leonhard nos apresenta para uma nova era, que ele chama de *Music 2.0*, diferente da era da indústria cultural teorizada por Adorno e Horkheimer, em que o

“consumidor não é rei”. No ambiente *Music 2.0*, o mercado de música gira em torno do interesse dos consumidores.

Para Leonhard, o esquema atual de preço dos CDs é obsoleto e um novo formato de valores deverá surgir, envolvendo assinaturas de serviços de música digital, pacotes com vários tipos de conteúdo, múltiplos canais e acessos a vários serviços adicionais. Com isso, o consumo de música irá crescer:

Uma vez que o modelo de preços tenha mudado e a música possa fluir livremente, nós podemos ver 95% da população nos principais mercados tornarem-se consumidores de música ativos. Compare isso com a média atual de 10 a 25% que realmente compra música em mídia física, e você pode sentir o potencial dessa mudança fundamental.^[11]

(LEONHARD, 2008, p. 29)

Baseado nos mercados norte-americano e europeu, ele arrisca uma conjectura: se 98% dos consumidores fizerem a assinatura de um serviço básico de música por algo como US\$ 3 por mês, haverá um rendimento mais do que suficiente para os selos de música, produtores, agentes e artistas.

O autor responsabiliza as gravadoras pela crise na venda de CDs em razão da desconfiança que geraram em seus consumidores ao processarem muitos deles por acessarem conteúdo protegido na internet. Na opinião de Leonhard, as companhias fonográficas do futuro serão companhias musicais. Essa distinção no nome é importante para evidenciar as novas atribuições que serão desenvolvidas: gerenciamento de carreiras, patrocínio, licenciamento, publicidade, merchandising e direitos autorais de performances digitais. As companhias deverão se basear em menos obsessão por controle e iguais condições para artistas, compositores e seus empresários.

Leonhard (2008, p. 112) apresenta as mudanças de paradigmas na mídia 2.0:

Mídia 2.0 – mudança de paradigmas

linear – interativa

copyright (direitos autorais) – direitos de uso

monopólios – meritocracias

possuir cópias - ter acesso

mercado de massas – mercado de nichos

cultura de hits – sucessos de nicho^[12]

A era de *superstars* que fazem sucesso globalmente está em transição para um mercado de nichos, em que os artistas conseguem conquistar fãs diretamente sem mediadores. Em *Music 2.0*, Leonhard apresenta um outro esquema interessante para analisar o panorama de transição do cenário musical:

A indústria da música do passado estava baseada em:

• controle • exclusividade • monopólio • reserva, proteção • sigilo / não-transparência • territorialidade

O desafio é que a indústria do futuro – se ela escolher chegar lá – está baseada em:
• abertura • transparência • paridade • compartilhamento • confiança • não-controle • uma perspectiva real global • liquidez/ fluidez^[13]

(LEONHARD, 2008, p. 163 e 164)

O ponto de vista de Gerd Leonhard sobre os novos modelos de negócio de música tornaram-se referência, em concordância ou não, para os meios de comunicação que realizam a cobertura do assunto, assim como as ideias apresentadas por Lawrence Lessig, autor cujas ideias serão apresentadas no próximo capítulo.

2.4. Propriedade intelectual, direitos autorais e cultura livre – Lawrence Lessig

“Aqueles que recebem uma ideia minha, recebem eles próprios informações sem me prejudicarem em nada; aqueles sobre quem as luzes que eu criei brilham, recebem luz sem me obscurecer.”
(Thomas Jefferson)

O compartilhamento de arquivos de música no ciberespaço gera implicações para os artistas e para o mercado fonográfico no âmbito dos direitos autorais.

Um dos teóricos que debate o assunto, Lawrence Lessig é professor da Escola de Direito de Stanford, presidente da *Creative Commons* e autor dos livros *The Future of Ideas* (2001), *Code: And Other Laws of Cyberspace* (1999) e *Free Culture*^[14] (2004)

A *Creative Commons* é um projeto sem fins lucrativos que disponibiliza opções de licenças flexíveis para obras intelectuais que garantem proteção e liberdade para artistas e autores. Segundo Lessig, uma licença *Creative Commons* constitui uma garantia de liberdade para qualquer um que acessa o conteúdo e a expressão de um ideal, em que a pessoa associada à licença mostra que acredita em algo mais do que os extremos “Todos” ou “Nenhum”. O conteúdo é marcado com a marca (cc) ou CC, que não indica que abriu-se mão do *copyright*, mas que certas liberdades foram dadas.

A proposta de Lessig é buscar um equilíbrio de interesses entre a mercantilização da cultura e uma cultura livre, ampla, forte e participativa, conforme ele explica no prefácio de *Free Culture*:

Uma cultura livre não é uma cultura sem propriedades; não é uma cultura em que os artistas não são pagos. Uma cultura sem propriedades, em que os artistas não são pagos, é uma anarquia, não liberdade. Anarquia não é o que eu sugiro aqui.

De fato, a cultura livre que eu defendo nesse livro é um equilíbrio entre anarquia e controle. Uma cultura livre, como um mercado livre, é composta de propriedades. Ela é composta por regras de propriedade e contratos que são garantidos pelo Estado. Porém, da mesma forma que um mercado livre é corrompido se sua propriedade se torna feudal, da mesma forma uma cultura livre pode ser deturpada pelo extremismo nos direitos à propriedade que a definem. Isso é o que eu temo sobre a nossa cultura atual. Foi por causa desse extremismo que esse livro foi escrito.

(LESSIG, 2004, p. xiii)

O autor se coloca contra a pirataria, mas também contra o monopólio cultural decorrente da atual legislação norte-americana de direitos autorais que, em sua opinião,

estaria barrando a inovação tecnológica e causando o engessamento do processo criativo e da livre expressão. Como exemplo, ele cita os processos movidos pelos representantes da indústria fonográfica contra estudantes que criaram mecanismos de busca que permitem a cópia de músicas e contra os usuários destes programas de compartilhamento de arquivos. As multas exigidas variaram de dezenas de milhões a dezenas de bilhões de dólares.

A função da lei é cada vez menos apoiar a criatividade e cada vez mais proteger certas indústrias da competição. Justo quando a tecnologia digital poderia liberar uma extraordinária gama de criatividade comercial ou não, a lei sobrecarrega tal criatividade com regras insanamente complexas e vagas e com a ameaça de penalidades obscenamente severas.

(LESSIG, 2004, p. 36)

Lessig também afirma que é função dos legisladores garantir que tal proteção não venha em detrimento ao progresso. A reflexão que ele apresenta instiga a repensar as condições de alcance em que se aplica a lei do *copyright*, pois na época em que foi criada não existiam as atuais formas de distribuição de obras.

Regulamentação em excesso sufoca a criatividade. Estrangula a inovação. Dá aos dinossauros do passado um poder de veto sobre o futuro. Desperdiça a oportunidade extraordinária para criatividade democrática que a tecnologia digital oferece. Além desses prejuízos sérios, existe mais um que era considerado pelos nossos antepassados, mas parece esquecido atualmente. Regulamentação em excesso corrompe os cidadãos e enfraquece o papel da lei.

(LESSIG, 2004, p.179)

A questão relevante é entender o conceito de pirataria e os reais danos provocados na troca de arquivos via *peer-to-peer* antes de a condenar como pirataria. Lessig conclui que a atual guerra travada pela indústria fonográfica nas cortes é contra as tecnologias de compartilhamento de arquivos e não uma guerra contra violações de *copyright*. “Não há como garantir que um sistema de P2P vá ser usado o tempo todo dentro da lei, da mesma forma como é impossível garantir que 100% dos videocassetes ou 100% das máquinas Xerox ou 100% das armas de fogo serão usadas dentro da lei.”

Para Lessig, se no século 20, os consumidores eram receptores passivos de cultura, o século 21 pode ser um século de trocas, no qual é possível “dar poder para que as pessoas escolham a linguagem apropriada nas quais elas irão criar ou se expressar”.

3. A difusão musical na internet em *Folha de S. Paulo* e *O Estado de S. Paulo* - Análise de conteúdo

O fenômeno da difusão da música na internet e seu impacto na sociedade ganhou diferentes abordagens e enfoques nas reportagens publicadas em todas as editorias. Para uma análise de conteúdo dos textos jornalísticos, o trabalho adotará, a seguir, critérios de subtemas relacionados ao tema principal.

A relação do corpus do trabalho, formado pelos 163 textos jornalísticos publicados em *Folha de S. Paulo* e *O Estado de S. Paulo*, está no Anexo (pág. 118), divididos de acordo com os conceitos / subtemas presentes na cobertura.

3.1 - Indústria do Entretenimento / Mercado Fonográfico

As implicações negativas e positivas para a indústria do entretenimento causadas pelas novas tecnologias foram apresentadas em diferentes reportagens nos veículos pesquisados. Embora as matérias falem sobre a queda na venda de CDs em todo o mundo, também citam o crescimento das vendas *online*, mostrando que o que vem mudando é o suporte, mas que o mercado, embora tardiamente, vem se reestruturando para oferecer aos consumidores opções legais de conteúdo na rede.

3.1.1 – Crise no modelo tradicional de negócios e o crescimento de outros mercados na produção musical

Em 2009, diversas matérias apresentaram a questão da difusão musical na internet com o objetivo de iniciar o leitor no assunto, explicando o contexto histórico e cultural das transformações no mercado musical e os novos hábitos e impactos do consumo, legal ou ilegal, da música online.

E 2008, o que terá para ser contado no futuro? Como grande parte da década que se aproxima do fim, o ano que terminou ontem foi nebuloso em termos de mercado e de muita produção nacional. Difícil apontar o que se fez de melhor, quem brihou mais no cenário brasileiro. A segmentação e o não-estilo, com a propagação da música avulsa via MP3, tendem a predominar, mas também foram produzidos bons álbuns temáticos. [...] Em contrapartida, houve o fenômeno *teen* de internet Mallu Magalhães que, ao vivo, no mesmo festival [Planeta Terra], não fez jus à fama repentina, com seu folk derivativo e voz sem nuance.

(“Cantores, bossa nova e mistura de gêneros”, *O Estado de S. Paulo*, Caderno 2, 01/01/2009)

Sob esse ponto de vista, o repórter Lauro Lisboa Garcia fez uma análise do mercado musical em 2008 e projetou as tendências para 2009, em matéria publicada na primeira edição do ano. Ele relacionou os artistas que se destacaram e os novos talentos que surgiram no ano anterior.

A notícia “Kuarup Discos encerra suas atividades” (*O Estado de S. Paulo*, Caderno 2, 21/01/2009) exemplifica a crise que atingiu o meio fonográfico. A gravadora independente, que estava para completar 32 anos de existência, encerrou sua atuação depois de ter sofrido uma queda nas vendas de produtos físicos, “nem de longe compensada pela comercialização por download”, segundo um comunicado que a gravadora enviou para a imprensa.

A notícia poderia ser o ponto de partida para o desenvolvimento de uma pauta mais ampla que falasse sobre a crise no mercado fonográfico. Entretanto, o *Caderno 2* limitou-se a publicar uma nota sem contextualizar o fato.

A queda na venda de CDs também foi tema da matéria “Superloja de discos do Rio deve R\$ 3,3 milhões” (*Folha de S. Paulo, Ilustrada*, 14/11/2009). O texto descreveu a crise que afetou a Modern Sound, a maior loja de discos no Rio de Janeiro, com 1.300 m² e um acervo de 80 mil CDs, 30 mil DVDs e 4 mil LPs. O faturamento da casa caiu 40% e a dívida cresceu para R\$ 3,3 milhões.

O proprietário Pedro Passos, que inaugurou a loja em 1966, lamentou: “Sempre procuramos um diferencial, como importar discos. Hoje isso não basta. Tudo está na internet”. A *Ilustrada* fez uma boa escolha ao convidar o escritor e jornalista Ruy Castro para elaborar um artigo sobre a loja. Como autor de *Chega de Saudade*, livro que conta histórias importantes da música brasileira desde a década de 50, Castro representa uma geração de amantes da música que assiste a uma mudança de valores e de comportamento que revoluciona tudo o que se viveu até então.

O hábito de comprar, ouvir e colecionar LPs e CDs faz parte da formação cultural das pessoas e, em tom nostálgico, o texto traduz o sentimento legítimo de várias gerações acostumadas a estes suportes que lamentam as rápidas transformações no formato de difusão musical. Castro comparou a Modern Sound com lojas de outros países e classificou a carioca como a “melhor loja de discos do mundo”, que além de vender CDs também oferece um bistrô com música ao vivo no local:

A Modern Sound era, de longe, a melhor: tinha quase todos os discos de jazz, cantores, Broadway, cinema, rock e clássicos que as outras tinham, e mais a música popular brasileira completa (que elas não tinham) e a música de qualquer país do mundo – Islândia, Venezuela, África do Sul – , mesmo que fosse apenas na forma de um único LP ou CD.

O Rio e todos nós lhe devemos muito de nossa formação musical. Por causa da Modern Sound, não precisávamos viajar para comprar discos. [...]

Mas veio a crise e, quando todas as megastores internacionais já ameaçavam fechar as portas, no começo do século 21, Pedro ainda estava se atrevendo a expandir a loja, aumentando o estoque e fazendo grandes planos. [...]

Nunca deixei de frequentar a Modern Sound e até hoje procuro ir lá toda semana. Conheço seus funcionários um a um, dos vendedores de discos aos garçons e os frequentadores – é mais que um clube, é a minha casa. E gosto de levar gente de fora para visitá-la. [...] Como pode morrer um lugar assim?

(“Com a Modern Sound na cidade, não precisávamos viajar em busca de discos”, *Folha de S. Paulo, Ilustrada*, 14/11/2009)

O tom nostálgico também predominou nas reportagens que falaram sobre o retorno do mercado de vinis, porém de forma positiva, já que apostaram no vigor do comércio de músicas a partir do crescente interesse dos consumidores por discos de vinil, no Brasil e no exterior.

A reportagem “O retorno dos bolachões” (*O Estado de S. Paulo, Caderno 2*, 28/01/2009), assinada por Lauro Lisboa Garcia, ocupa página inteira da capa e fala sobre a previsão de reabertura da Polysom, última fábrica de vinil que fechou as portas em outubro de 2008. Representantes das gravadoras foram entrevistados para comentarem seus lançamentos no formato LP. “O CD está pela hora da morte, há tempos já se diz. Para quem gosta de música, porém, há boas novas no horizonte. Os velhos e amados discos de vinil, que fazem a alegria de colecionadores e roqueiros, estão de novo em alta no mercado.” Segundo a matéria, as tiragens de cada álbum em vinil ficam em torno de mil exemplares ao preço médio de R\$ 100,00.

O tema é interessante e válido para uma pauta, mas comparado às novidades da venda de música digital, não tem o mesmo impacto econômico. Como o *Caderno 2* foi o que deu menos espaço ao assunto (cerca de 10% de suas edições), esta reportagem

mostra que a linha editorial do caderno adotou uma visão mais tradicional na cobertura do panorama do mercado musical. Além disso, há pouco distanciamento dos interesses do *lobby* comercial das gravadoras.

A tendência do retorno ao consumo de vinil também foi identificada pela *Ilustrada*, que propôs um desafio a três convidados – o guitarrista Edgar Scandurra, o jornalista Marcus Preto e o produtor e engenheiro de som Tejo Damasceno: “decifrar, às escuras, o som do vinil e do CD, para desmistificar (ou não) a suposta superioridade da bolacha em relação ao disco metálico.”

De forma criativa, a proposta da pauta resultou na matéria “Teste aponta superioridade do vinil” (*Folha de S. Paulo, Ilustrada*, 13/05/2009). Após ouvir as mesmas canções, em um estúdio, nos diferentes formatos, os especialistas fizeram suas apostas. A primeira música proposta para audição foi “Da Lama ao Caos”, de Chico Science & Nação Zumbi:

Tejo e Preto distinguiram as duas mídias. Além dos estalos que acabaram por denunciar o vinil, Preto argumentou que o som do CD era abafado e distorcido. Já Scandurra se enganou quanto ao CD: achou que se tratava de um arquivo de MP3, para ele, “uma amostra de música”, por sua pouca qualidade.

O álbum de João Bosco, de 1973, foi o segundo teste – desta vez, decifrado por todos. Scandurra identificou o vinil pela riqueza de detalhes dos instrumentos, que, para ele, ficaram opacos no CD, argumento também sustentado por Preto. “Parece que eu estava ouvindo a música e colocaram uma caixa de papelão na minha cabeça”, disse, sobre a superioridade do som do vinil em relação ao do CD. Por fim, “Let There Be Rock”, disco de 1977 do AC/CD, em edição nacional. Mais uma vez, a distinção ficou clara para o trio. [...]

Resta saber se o público está disposto a pagar os R\$ 90 cobrados pela gravadora, enquanto a música se espalha de graça pela internet. “Essa é a grande luta da indústria”, diz Scandurra.

(“Teste aponta superioridade do vinil”, *Folha de S. Paulo, Ilustrada*, 13/05/2009)

Nos cadernos culturais, o vinil está em “alta”, já para os cadernos de Tecnologia, a tendência entre as novas gerações é o som do MP3:

Há oito anos, Jonathan Berger, professor de música da Universidade Stanford, conduz uma pesquisa em que submete novos estudantes à audição de músicas em diferentes qualidades. O pesquisador notou que tem crescido a preferência pelo MP3, que, em geral, oferece menor qualidade do que o CD, por exemplo. Berger acredita tratar-se de um efeito psicológico, já que a chamada “geração iPod” prefere a sonoridade daquilo a que está habituado. O fenômeno seria semelhante ao apreço pelo chiado característico dos vinis.

(“Geração iPod: apesar da qualidade inferior, jovens preferem som do MP3”, *Folha de S. Paulo, Informática*, 25/03/2009)

Na última edição ao ano, em 31 de dezembro de 2009, a *Ilustrada* voltou ao tema dos LPs na reportagem “Vinil salva lojas em tempos de pirataria”, que traz na linha fina: “Enquanto a venda de CDs cai, saudosistas, colecionadores e DJs vão atrás da bolacha preta, que custa de R\$ 2 a R\$ 70”. Nos EUA, a venda de LPs cresceu 35% em 2009.

Seria exagero dizer que o vinil vai tirar a indústria fonográfica do buraco, mas dá para afirmar que a bolacha preta está salvando o mês de boa parte dos lojistas de São Paulo. Veja, por exemplo, a Baratos Afins, que há 31 anos é um dos principais destinos paulistanos para quem quer conhecer e comprar música: “Hoje 80% do meu faturamento vem das vendas de vinil”, afirma Luiz Calanca, o proprietário da loja. [...] “Estou me sustentando porque sempre tive um acervo grande de vinil. Está muito difícil vender CD”, aponta. Impossibilitados de competir com os CDs piratas e com os downloads gratuitos, lojistas se apoiam no fetiche, no saudosismo e na curiosidade suscitados pelos LPs.

(“Vinil salva lojas em tempos de pirataria”, *Folha de S. Paulo, Ilustrada*, 31/12/2009)

Na mesma matéria, há uma retranca sobre a reabertura da Polysom, única fábrica de LPs na América Latina. João Augusto, um dos proprietários, explica porque muitos apreciadores de música preferem o disco de vinil:

Para ele, o vinil é uma experiência tátil, visual e auditiva. Manusear o disco, colocá-lo no toca discos e observar as artes das capas em detalhe são, para ele, prazeres indissociáveis da qualidade do som. “Um LP que teve o acetato bem cortado, as partes metálicas bem produzidas e a prensagem feita dentro dos padrões básicos, tem o som infinitamente melhor do que qualquer MP3”, diz.

(“Fábrica no Rio quer exportar ao Mercosul”, *Folha de S. Paulo, Ilustrada*, 31/12/2009)

Mas o segmento que efetivamente causou impacto econômico no mercado foi o de música digital. Se a venda de CDs vem diminuindo, o negócio da música ganhou novo fôlego com as vendas *online*, conforme mostram dados publicados pela *Ilustrada*:

Após três anos consecutivos de retração, as vendas no mercado fonográfico brasileiro tiveram aumento de 6,5% nas vendas em 2008 (sem levar em conta a inflação, de 5,9%) segundo levantamento anual divulgado ontem pela Associação Brasileira de Produtores de Discos (ABPD). A movimentação total foi de R\$ 359,9 milhões, contra R\$ 337 milhões em 2007. o balanço, assinado pelo presidente da ABPD, Paulo Rosa, aponta que o aumento se deve principalmente à exploração de novos formatos. O mercado de música digital (internet e telefonia móvel) cresceu, em 2008, 79,1% em comparação a 2007. Hoje, as vendas no formato já representam 12% de todo o mercado de música no Brasil.

(“Vendas de música no Brasil crescem 6,5% em 2008”, *Folha de S. Paulo, Ilustrada*, 16/04/2009)

No debate a respeito das mudanças sofridas pela indústria fonográfica, boa parte do discurso teve um caráter pessimista. De fato, em um primeiro momento, o impacto econômico para as gravadoras não foi positivo. Entretanto, os dados acima permitem vislumbrar o surgimento de novas formas de negócio e possibilidades de expansão do mercado de música.

O capítulo a seguir mostra como os veículos pesquisados cobriram essas novidades que surgiram no mercado de entretenimento.

3.1. 2 - Novidades tecnológicas no mercado do entretenimento

Em janeiro de 2009, ocorreu a edição anual do Midem, a maior feira do mercado fonográfico do mundo, em Cannes, na França. O repórter Thiago Ney, da *Ilustrada*, fez a cobertura e ficou hospedado a convite dos organizadores. “Asiáticos ditam novidades no Midem” (23/01/2009) traz informações interessantes sobre como o mercado no Japão, China, Coreia, Índia e Sudeste Asiático vem superando a crise por meio de downloads em celulares e games e, assim, tornando-se modelos de negócio que servem de parâmetro para o setor.

Nos debates que preencheram o Midem, a retórica dos executivos de Europa e EUA girava em torno de uma questão quase inédita: como deter a pirataria e ganhar dinheiro com a internet? Os orientais, por outro lado, parecem já ter ultrapassado esse ponto; ilustraram na cidade francesa, com diversos exemplos, como o mundo digital vem oxigenando as receitas da indústria da música. As conferências dedicadas à China eram, de longe, as mais populares. Em uma delas, os participantes conheceram a bem-sucedida experiência da *Tecent*. A companhia organiza shows junto a empresas de telefonia, como a *China Mobile*. Como exemplo, citou o artista Jacky Cheung, que fez 25 apresentações na China e recebeu 3 milhões de downloads de suas músicas via celular, durante promoção da turnê.

(“Asiáticos ditam novidades no Midem”, *Folha de S. Paulo, Ilustrada*, 23/01/2009)

O jornalista também apontou os exemplos de portais na internet que vendem canções e *games* relacionados aos artistas. Na China, na Coreia e na Malásia, as gravadoras gerenciam todas as receitas dos músicos: venda de discos, músicas, *merchandising*, shows etc.

Se no Ocidente música digital é sinônimo de computadores, no Japão, 90% desse mercado é tomado pelo celular. Com o aumento da capacidade de armazenamento

de arquivos, com a portabilidade possibilitando o download de qualquer lugar, é um mercado “que não tem como dar errado”, diz John Possman, americano radicado no Japão, diretor da empresa de entretenimento e tecnologia 247. Especialistas afirmam que o mercado de música para celular deve gerar cerca de R\$ 11 bilhões em 2013 (cerca de R\$ 26 bilhões).

(Idem)

Outras possibilidades de negócios na Índia envolvem o licenciamento de canções para filmes e comerciais: “Lá, 90% do mercado da música é baseado em trilhas sonoras. E 97% do mercado digital de música está concentrado nos celulares (a internet só tem 3%).”

As novidades no negócio da música digital também renderam uma extensa reportagem na *Folha Informática*, com a chamada na capa “A Era do MP3” (25/03/2009). “Aos 30 anos, CD perde espaço, na música, para os arquivos digitais”, explica a linha fina.

Segundo a reportagem, 17 milhões de pessoas deixaram de comprar CDs nos EUA em 2008, (pesquisa do NDP Group). No mesmo período, o número de consumidores de música digital cresceu de 8 milhões para 36 milhões.

O repórter Rafael Capanema ofereceu uma nova perspectiva de análise sobre o assunto – a música digital causou transformações no consumo de música e também na criação musical, uma vez que a qualidade do áudio do MP3 é considerada inferior por especialistas, e a música é tocada em outros suportes: fones de ouvido e caixas de som de baixa qualidade. Para exemplificar, o então recém-lançado CD do grupo Metallica, *Death Magnetic*, foi examinado sob um aspecto técnico:

[...] segundo fãs e especialistas, artifícios usados para fazer o disco soar mais alto acabaram por distorcer exageradamente o som dos instrumentos. O caso é mais um capítulo da “loudness war” (guerra da altura)^[15]. Trata-se de uma tendência, iniciada em meados da década de 1990, de produzir discos com volume cada vez mais alto e constante ao longo das faixas – o objetivo é prender a atenção do ouvinte, dividida entre múltiplas atividades simultâneas, como usar o computador.

(“A Era do MP3”, *Folha de S.Paulo, Informática*, 25/03/2009)

Paulo Rosa, presidente da ABPD (Associação Brasileira de Produtores de Disco), foi uma das fontes ouvidas na reportagem e afirmou que a venda de música digital, principalmente por meio de telefones celulares, é a aposta da indústria fonográfica diante da drástica redução das vendas no formato físico nos últimos anos.

Outra fonte entrevistada, o produtor musical Rick Bonadio, fez uma aposta mais ousada: “Quem vai morrer, logo, logo, é o MP3”:

FOLHA – O CD está prestes a ser extinto?

BONADIO – Acho que ele vai ter o seu espaço, mas vai dividi-lo com o MP3 e com a música em WAV, com a mesma qualidade do CD, mas distribuída pela internet. Eu acho que quem vai morrer, logo, logo, é o MP3. Por uma questão de evolução natural de tecnologia. O último iPod que eu comprei tem 120 Gbytes, cabe bastante música em WAV. Os arquivos em WAV são maiores, mas a Internet também vai ficar mais rápida. Para que você vai querer o MP3 se pode ter algo com muito mais qualidade?

FOLHA – O formato de álbum também corre risco?

BONADIO – Já está acabando, e é totalmente desnecessário. A gente está voltando para o início, para a época dos compactos. Acho ótimo. O artista tem que ter liberdade de produzir de acordo com a demanda do público, e não por imposição do mercado, que era o caso do CD. Você lança duas, quatro músicas, até ter material suficiente para um disco inteiro.

(Idem)

A reportagem “Som na nuvem” (*Folha de S. Paulo, Informática, 13/05/2009*) confirma a tese de Bonadio. Os downloads de MP3 estão perdendo o interesse dos jovens para as músicas em redes sociais e para o *streaming*, modalidade em que não é necessário armazenar arquivos no disco, ou seja, os ouvintes acessam a música direto na internet.

Se você acha que o download é a última palavra em consumo de música, escute essa: de 2007 para 2008, caiu 6% o uso de redes de compartilhamento de arquivos nos Estados Unidos, segundo a consultoria NPD. No mesmo período, subiu de 34% para 52% a porcentagem de adolescentes (13 a 17 anos) norte-americanos que ouviram rádios on-line. Também aumentou, de 26% para 46%, a quantidade de jovens nessa faixa etária que baixaram ou escutaram música em redes sociais. Mais: quando encontram no MySpace uma canção de que gostam, 54% dos adolescentes simplesmente voltam ao site para ouvi-la, ante 1% que diz optar por comprá-la.

(“Som na nuvem”, *Folha de S. Paulo, Informática, 13/05/2009*)

A convergência entre jogos eletrônicos e música também gerou um novo mercado. A E3, principal feira de entretenimento eletrônico do mundo, em Los Angeles nos Estados Unidos, apresentou alguns lançamentos desse novo nicho de mercado, em junho de 2009. O destaque da matéria “Música para brincar” (*Folha de S. Paulo, Informática, 10/06/2009*) foi o game *The Beatles: Rock Band*, com uma foto de Paul McCartney na capa.

A reportagem apresentou um novo filão para a indústria e para os artistas proporcionado pelo avanço das tecnologias e pela convergência de mídias. *Guitar Hero*

5, *DJ Hero*, *Lego Rock Band* e o karaokê *Lips: The Greatest Hits* estão entre os outros lançamentos que mostram como o mercado está se voltando para serviços que agregam música aos games. Coldplay, Rihanna e Van Halen são alguns dos artistas que também estão associando seu nome e emprestando canções para novos *games*.

A *Ilustrada* apresentou mais uma novidade tecnológica na reportagem “Armário faz música para amigos virtuais” (18/08/2009): o lançamento do robô musical Cybraphon, no Festival de Artes de Edimburgo, na Escócia. O invento consiste em um experimento artístico que explora a convergência de mídias e as novas tecnologias – toca músicas (sempre originais) e monitora seu perfil em redes sociais (Twitter, Facebook, MySpace e YouTube) como se fosse uma banda.

“Queríamos criar um instrumento musical com o qual as pessoas pudessem interagir via internet. Mas isso não funcionaria, porque apenas uma pessoa poderia tocar por vez. Então, pensamos em usar redes sociais para influenciar a música, porque isso envolve um monte de gente”, disse Tommy Perman, integrante do grupo musical (real) FOUND e um dos criadores do experimento. [...] A forma como a máquina reage à popularidade on-line também é atual. “O professor Simon Kirtby modelou as emoções do Cybraphon como se ele fosse uma banda indie contemporânea”, conta Perman.

(“Armário faz música para amigos virtuais”, *Folha de S. Paulo, Ilustrada*, 18/08/2009)

A escolha da pauta revela que a *Ilustrada* se mostrou atenta às novidades. O robô, além de ser um novo artefato tecnológico e integrar diferentes mídias, simula a tendência do relacionamento entre “artistas e fãs” nas redes sociais.

Além da confluência da música com jogos eletrônicos e robôs, o mercado de telecomunicações também aderiu à venda de músicas para celulares. Em “Teles avançam sobre a música” (*Folha de S. Paulo, Ilustrada*, 23/09/2009), a repórter Ana Paula Souza resumiu a ideia principal na linha fina: “No país em que o iTunes não chega e em que as gravadoras ficaram acudadas pela pirataria, empresas de telefonia tomam as rédeas da música digital.”

A entrada das companhias de telefonia no negócio de música começou com os *ringtones* (músicas personalizadas para o toque de telefone). Os serviços oferecidos cresceram, incluindo transmissão de shows ao vivo, downloads de música e lançamentos de faixas exclusivas, e criaram um novo tipo de concorrência entre operadoras e fabricantes de celular. Profissionais que outrora trabalharam em gravadoras como produtores artísticos passaram a ser contratados pelo mercado de

telecomunicações, que vem interferindo na cena musical e produzindo novas bandas e artistas já consagrados para lançamentos de músicas em aparelhos de celular.

Enquanto as gravadoras permaneceram no discurso de combate à pirataria e à música digital, presa ao formato físico do CD, empresas de outros segmentos entraram no negócio e estão desmitificando o conceito de crise econômica no negócio de música.

“Procuramos descobrir e divulgar novas bandas. Tentamos dar oportunidades, como se fôssemos uma gravadora”, diz Bruno Rocha, gerente de desenvolvimento de novos negócios da Oi.

“Em geral, as gravadoras demoraram para entrar na música digital. O próprio iTunes ofereceu um serviço que elas, sozinhas, não conseguiram desenvolver”, avalia Rocha. “As empresas de tecnologia da informação estão acostumadas à evolução, enquanto a indústria fonográfica viu a internet, durante muito tempo, mais como ameaça do que como oportunidade.” [...]

Segundo Cláudio Vargas, diretor de Digital e Novos Negócios da Sony, as receitas vindas das teles representam mais de 70% da música digital no Brasil.

Rocha resume: “Estamos no negócio da música porque achamos que temos dinheiro para ganhar.”

(“Teles avançam sobre a música”, *Folha de S. Paulo, Ilustrada*, 23/09/2009)

A reportagem continua na página E7 com o título: “Falta de lojas virtuais e pirataria andam juntas”. Em 2008, a música digital movimentou R\$ 45 milhões, e a Associação Antipirataria Cinema e Música apreendeu 41 milhões de CDs e DVDs piratas.

João Marcello Bôscoli, da gravadora Trama, uma das pioneiras a lançar músicas por meio de *downloads* na internet, compartilha a visão de que as gravadoras precisam explorar o mercado de música digital em vez de combater e reclamar:

“A indústria começou a se comportar como se vivesse do formato físico, o CD. Não existe um ser humano que a internet tenha inventado. Sempre existiu o garoto que gravava o disco na fita cassete e distribuía pela escola. A indústria só vai encontrar saídas quando entender que pirataria não se resolve com batida policial.”

(“Falta de lojas virtuais e pirataria andam juntas”, *Folha de S. Paulo, Ilustrada*, 23/10/2009)

Cláudio Vargas, da Sony, afirmou que as gravadoras passaram a buscar alternativas e que o negócio das mídias digitais é um dos grandes pilares estratégicos de sua companhia. Ele admitiu ser necessário aumentar o número de lojas e modelos de negócio para que o consumidor tenha mais ofertas e opções.

O colunista da *Folha* Ronaldo Lemos foi uma das fontes entrevistadas e afirmou que ocorreu uma mudança na economia dos bens culturais: “Não adianta insistir em modelos de negócio que não fazem mais sentido para o consumidor digital”, diz. “A guerra do direito autoral será vencida no campo econômico, através de modelos de negócio que sejam competitivos em face da pirataria”.

Nesta reportagem, a *Ilustrada* escolheu uma pauta com um enfoque específico e revelou informações que contribuíram para ampliar a visão dos leitores sobre o panorama do mercado musical.

A reportagem “Música impulsiona acordos de gigantes” (*Folha de S. Paulo, Informática, 28/10/ 2009*) traz mais exemplos de como a concorrência para as gravadoras vem crescendo em outros segmentos.: o site de buscas Google e o site de relacionamentos Facebook anunciaram novos serviços de música.

O Google oferece trechos de música para os usuários ouvirem antes de comprar, além de vídeos e notícias relacionadas ao artista ou banda. Já o Facebook disponibilizou um serviço pelo qual o usuário pode enviar uma música de presente a um amigo.

No mês seguinte, a *Folha Informática* publicou uma nota para informar sobre as novidades do site Yahoo!, que inaugurou melhorias na pesquisa de músicas e vídeos.

A reação comercial da indústria de entretenimento foi tema da reportagem de capa da *Folha Informática* “Música à venda” (18/11/2009). “Gravadoras, operadoras e fabricantes de celular apostam em serviços digitais especiais para tentar convencer consumidores a comprar canções.”

A repórter Daniela Arrais introduziu logo no início do texto: “Ouvir música se transformou em uma experiência completa graças à internet. Você pesquisa uma nova banda no MySpace, assiste a vídeos no YouTube, baixa um disco e até consegue usar uma canção como toque de seu celular.”

Uma foto do cantor Supla, com um telefone celular com faixas e discos armazenados na memória (de acordo com a legenda), estampa a capa. A leitura textual e visual dessa página permite a interpretação de que os artistas legitimam o novo formato de consumo musical, desde que legalizado, afinal a matéria afirma “com ou sem pirataria, a música digital já é uma realidade”.

A edição informa a chegada da *Nokia Music Store* ao Brasil – com um acervo de 5,3 milhões de músicas – e mostra como as gravadoras têm inovado para conquistar

consumidores. Além de Supla, o músico e apresentador de TV João Gordo também manifestou sua opinião:

João Gordo já baixou tanta música pelo celular que enjoou. “Foram mais de 8.000”, diz. O músico e apresentador recebeu um aparelho da Nokia para experimentar a Music Store, que chega neste mês ao Brasil.

“Baixei o disco novo do Slayer, que é maravilhoso. O do Alice in Chains também. É fácil de mexer [na loja], encontrei muita coisa”, diz o músico. “Faço download do que é gratuito. Pesquiso, ouço e vou atrás do vinil. Eu sou de uma outra geração e gosto da coisa física.”

Já o cantor Supla vê na loja uma possibilidade de negócios. “É uma forma de os músicos divulgarem seus trabalhos, de serem pagos. A nova geração acha que não tem que pagar por música, mas o músico também tem que ganhar”, diz o músico, que espera que sua banda, a Brothers of Brazil, ganhe espaço.

(“Música à venda”, *Folha de S. Paulo, Informática*, 18/11/2009)

O texto explica como comprar as músicas, o preço, o formato e os suportes para audição musical, ao lado de fotos dos aparelhos celulares da Nokia. O gerente de música da Nokia Brasil, Adrian Harley, foi entrevistado e declarou: “Queremos ser o maior vendedor de música digital do mundo [até 2012]” [...] “Quando falamos em maior, parece assustador, mas temos 38% de participação no mercado, há 1,1 bilhão de pessoas com um aparelho Nokia nas mãos.” Segundo Harly, a Nokia quer criar um mercado de música digital, gerando receita para os criadores. “Criar novas receitas para artistas, gravadoras, dar uma chacoalhada no mercado de música, que precisa disso. Especialmente no Brasil, em que o mercado ainda engatinha.”

A Nokia é o destaque da matéria, mas também são citadas outras iniciativas de conteúdo musical em celulares da Motorola, da LG e das operadoras Oi e Claro, TIM e Vivo, ao longo das páginas do caderno.

“A iTunes Store é um sucesso: desde o seu lançamento, em 2003 já vendeu mais de 8,5 bilhões de canções”. É assim que a reportagem classifica o empreendimento da loja online da Apple.

A retranca “Gravadoras ampliam distribuição” mostra como as empresas fonográficas estão atualizando seus formatos de difusão musical por meio de parcerias com operadoras de celular, fabricantes, agregadores e portais da internet, além de ações interativas entre fãs e artistas em plataformas digitais, como promoções para criações colaborativas de videoclipes. Fontes da Sony Music, EMI Brasil e Universal Music foram ouvidas a respeito de seus serviços. A matéria concedeu um espaço para que os representantes da indústria fonográfica se manifestassem sobre a pirataria:

Um dos entraves que as gravadoras encontram no percurso é a pirataria, que “representa mais de 95% do tráfego de música na internet brasileira”, de acordo com Danilo Ambrosano, gerente do departamento digital da Universal Music.

Segundo a ABPD (Associação Brasileira de Produtores de Discos), 8,2% da população pesquisada pelo grupo Ipsos, ou 2,9 milhões de pessoas, baixaram música na Internet no ano de 2005, contabilizando quase 1,1 bilhão de canções.

“Se esses downloads fossem feitos de forma legalizada, o setor teria arrecadado mais de 2 bilhões, ou seja, três vezes mais do que o montante faturado pelo mercado oficial no ano passado com a venda de CDs e DVDs originais, que foi de R\$ 615,2 milhões”, diz relatório.

“Sem dúvida a pirataria é um fator importantíssimo e que contribui negativamente na venda da música legal, pois é uma concorrente desleal”, diz Vargas, da Sony.

Para ele, é importante reverter o quadro aumentando o número de lojas e de modelos de negócio que ofereçam ao consumidor mais ofertas e opções de consumo de música, “sempre considerando a legalidade e o pagamento de direitos”.

Outro fator determinante para o crescimento dos downloads legais em detrimento dos piratas é a redução de preço dos conteúdos digitais, diz ele.

(“Gravadoras ampliam distribuição”, *Folha de S. Paulo, Informática*, 18/11/2009)

Um dos argumentos mais utilizados pelos consumidores de música é a questão dos altos preços dos CDs e DVDs, porém as matérias analisadas quase não mencionam este fator que tem importante influência no consumo cultural. É interessante observar que o assunto foi citado justamente por um representante das gravadoras, o diretor de digital e novos negócios da Sony Music, Cláudio Vargas, reconhecendo a necessidade de reduzir o preço dos conteúdos digitais.

A retranca “Música digital irá mudar radicalmente”, na mesma edição da *Informática*, traz as tendências indicadas por Gilles Babinet, criador da Sawnd, empresa francesa que gerencia conteúdo musical, com opiniões radicais sobre o meio: “As outroras poderosas gravadoras, que mantinham total controle sobre o gerenciamento de um artista, estão condenadas a desaparecer ou, no mínimo, devem ficar bem menores.” Para ele, os selos pequenos, que atuam de uma maneira mais intensa na internet, vão ser bem sucedidos.

“Nós vamos concordar em pagar mensalidades para ouvir música, desde que a experiência seja fascinante. Ter um empresário que entenda de internet é obrigatório”, diz Babinet, citando como exemplo a banda Black Kent, que era desconhecida e, por conta da sua atuação na internet, já conseguiu ter vídeos vistos mais de 6 milhões de vezes.

Outra aposta de Babinet é o fim do MP3, que será substituído pela assinatura de serviços em *streaming* em que não é preciso baixar o conteúdo. “Vídeos vão se firmar

como uma nova maneira de ouvir música, especialmente por conta do crescimento de plataformas de vídeos de música em alta definição, que ainda não existem”.

O caderno *Informática* fez uma ampla cobertura do assunto e, embora a matéria cumpra um papel de prestação de serviço aos leitores, com a apresentação de novos produtos e serviços, a inserção dos depoimentos das fontes foi excessivamente institucional, o que deu um caráter comercial e publicitário aos textos.

A *Ilustrada* pautou um outro fato curioso no meio fonográfico: o *Swedish Model*, um grupo de pequenas gravadoras que estão atuando no mercado musical com um conjunto de ações em que o CD deixou de ser o interesse principal.

A indústria da música morreu? Sem problemas, vem aí o Swedish Model. Sete pequenas gravadoras do rock sueco se juntaram para lançar o, considerado por eles, novo modelo de distribuição musical, que no país começa a importunar as grandes gravadoras.

A campanha nacional nem é grande novidade, mas posta em prática tem ganhado adeptos e vozes contrárias de toda parte. Consiste num pensamento atual de distribuição de música na contramão da indústria como a conhecíamos antes da era do download gratuito. O que interessa para eles, deixou de ser o CD. Explica-se.

“Primeiro é preciso reconhecer que o velho modelo de consumo musical está morrendo e todo mundo baixa música de graça. Há em curso uma profunda e irreversível revolução técnica e cultural. As grandes gravadoras ainda tentam sobreviver à custa do modelo tradicional, e a indústria musical está morrendo. Nós reconhecemos isso e a partir daí sabemos que precisamos fazer alguma coisa para conseguir dinheiro de algum lugar, para pagar nossos alugueis”, afirma à Folha o produtor Abbas Salehi, iraniano que cresceu na Suécia.

“E esse dinheiro vem de turnês, camisetas de banda, merchandising espertos, festas. O CD, como suporte principal, virou um detalhe na nova ordem musical. Vá ao show da banda tal e ganhe o novo CD dela. Essa é a ideia.”

(“Selos suecos procuram saídas fora da indústria”, *Folha de S. Paulo, Ilustrada*, 18/06/2009)

O texto também apresenta a inserção de músicas em trilhas de filmes e seriados de TV como uma das ramificações deste rentável mercado. Com esta reportagem, a *Ilustrada* mostrou mais um desdobramento do que vem ocorrendo na indústria musical.

A transmissão em tempo real de DJs em clubes do mundo no site francês *Awdio* também ganhou uma matéria na *Ilustrada*. “Da pista para a web” fala sobre o serviço:

Que tal ouvir um DJ ou uma banda sem se preocupar em enfrentar filas, em voltar para casa com a roupa cheirando a cigarro, em sofrer com muita gente na pista ou com os preços inflacionados da cerveja?

A experiência não é exatamente a mesma, mas muitos dos contratempos encontrados quando se assiste a um show ou DJ set in loco podem ser evitados por meio de uma tecnologia que transmite, via internet, apresentações ao vivo de alguns dos mais conhecidos artistas do mundo.

A possibilidade tornou-se real com o serviço Awdio. A partir do site www.awdio.com, é possível ouvir, ao vivo, 24 horas por dia, DJs se apresentando em alguns dos principais clubes do mundo.

(“Da pista para a web”, *Folha de S. Paulo, Ilustrada*, 20/01/2009)

Henry Jenkins, escritor, pesquisador e diretor do programa de mídia comparativa do Instituto de Tecnologia de Massachussets (MIT), autor de *Cultura da Convergência*, aponta os rumos da indústria da música na entrevista “O formato transmídia é irreversível” (*O Estado de S. Paulo, Link*, 02/03/2009):

Mas o disco como conhecíamos, o álbum, não morreu?

A indústria da música está voltando para as canções, que sempre foi a unidade básica na história do som gravado. O álbum é um capítulo específico dessa história, um experimento que falhou. Podemos imaginar que, no futuro, teremos um espaço sonoro, que seria um ambiente virtual em que você pode passear por ele e ai ouvir diferentes músicas dentro de um mesmo contexto – que é a ideia por trás de um álbum, só que adaptada à realidade digital. [...]

Haverá novos padrões para configurar e organizar o conteúdo, que ainda é baseado em canções. Não que a canção seja a única estrutura possível, mas agora é ela que parece funcionar melhor.

“O formato transmídia é irreversível” (*O Estado de S. Paulo, Link*, 02/03/2009)

De forma geral, as pautas que se propuseram a falar sobre as novidades da indústria do entretenimento cumpriram bem o papel de informar aos leitores as novas oportunidades de consumo de música.

Na comparação entre cadernos de Tecnologia e Cultura, nota-se a ausência do assunto com este enfoque específico por parte do *Caderno 2*, que publicou, ao longo do ano, somente uma nota sobre a gravadora Warner e o lançamento de seu catálogo de músicas para download. A *Ilustrada* pautou as novidades no mercado musical e demonstrou a pertinência do assunto para os leitores.

Link e Informática publicaram extensas reportagens a respeito e deram espaço para que as corporações fonográficas divulgassem seus lançamentos.

3.2. Pirataria e Direitos Autorais

A discussão mais polêmica relacionada à música digital girou em torno da pirataria na internet e a legislação de direitos autorais que regulamenta o que é legal no acesso à produtos culturais na internet, entre outros meios.

Algumas matérias assumiram uma posição contra a pirataria, ao passo que outras defenderam uma reforma na lei tornando-a mais flexível e próxima da realidade dos novos tempos.

O julgamento dos fundadores do site sueco *PirateBay*, iniciado em fevereiro de 2009, também ganhou várias reportagens.

3.2.1. Pirataria na internet – uma discussão sobre a legislação de direitos autorais

Para a análise desse subtema, os textos foram divididos por caderno para uma melhor avaliação das opiniões defendidas por cada um.

Pirataria e Direitos Autorais no Link

Em 2 de fevereiro de 2009, o Link destacou na capa: “Você baixa músicas, filmes e jogos? Coloca música no iPod? Ripa CDs para ouvir no computador? Coloca música como toque de celular? Copia DVDs? Troca músicas com celulares por Bluetooth?”

O título traz a resposta: “Então você é pirata”. E a linha fina complementou: “Legislação atual faz a maioria das pessoas conectadas estarem à margem da lei. Mas de quem é o erro: das pessoas ou da lei? É a discussão de hoje do Link.”

A reportagem é considerada uma das mais amplas desta pesquisa de acordo com os seguintes critérios: quantidade de páginas dedicada à cobertura; quantidade de fontes e enfoques; apresentação de dados e subsídios para situar o leitor; e apresentação de um posicionamento editorial sobre o assunto.

O termo “pirata” tem sido utilizado, em boa parte das matérias jornalísticas, com um viés negativo para caracterizar quem, sem levar em conta os direitos autorais, produz e distribui cópia de música ou outro produto cultural, como filmes, livros, jogos, softwares etc. Nesta série de reportagens, porém, distribuídas em seis páginas do caderno *Link*, os repórteres Lucas Pretti, Rodrigo Martins e Alexandre Matias propuseram uma outra leitura para o termo. Em resposta à pergunta do título, o texto da reportagem afirma que a maioria das pessoas pode ser considerada “pirata”, porém, não de forma pejorativa, uma vez que “os novos hábitos de consumo de cultura, conhecimento e diversão não cabem mais na legislação de direitos autorais e antipirataria em vigor no Brasil e no mundo”.

O leitor pode identificar que a alusão ao termo “pirata” não tem uma conotação negativa logo no título, pois ele é seguido de um novo símbolo para a palavra; em vez do tradicional desenho de uma caveira com dois ossos utilizado nas campanhas antipirataria, o novo ícone é uma lâmpada com a letra P e duas setas. A capa do caderno reproduziu o símbolo pirata recriado para a nova era, presente na capa do livro *The Pirate's Dilemma*, cujo autor, Matt Mason, foi entrevistado na reportagem.



Logo no início da matéria, fica evidente a defesa explícita por uma ideia: “Quer dizer que os participantes do evento merecem ser punidos? Nada disso: se você ler esta reportagem do Link verá que provavelmente, **como quase todos nós**, também é pirata.”

A linguagem utilizada no texto busca um diálogo diretamente com o leitor, em muitos momentos, por meio de perguntas ou afirmações. Ao longo de todas as retrancas da reportagem, é possível inferir que a pauta se apoiou no pressuposto de que “O problema não são os piratas – é a lei”, frase que responde a pergunta inicial e encerra a reportagem no título da entrevista com Lawrence Lessig na última página do caderno. A expressão “como quase todos nós” coloca os autores da reportagem em primeira pessoa, dando ainda mais ênfase ao caráter opinativo e interpretativo da estrutura do texto.

A intenção de articular uma reflexão sobre o assunto e defender uma posição doutrinária aparece novamente no parágrafo: “Nesta edição, o Link discute, **sem hipocrisia e conservadorismo**, uma questão ainda sem resposta: quando vamos deixar de ser piratas digitais?”.

Os repórteres citam dados de variadas fontes de pesquisa que contribuíram para a contextualização do tema. Na primeira página, o destaque do “olho” da reportagem traz:

95% dos downloads na rede mundial são ilegais, de acordo com a Federação Internacional da Indústria Fonográfica;

46% dos internautas brasileiros acessam sites e serviços de downloads ilegais, diz o Ibope / NetRatings;

5% dos brasileiros, apenas, não recorrem à pirataria por medo de serem punidos, diz a Fecomércio-RJ

(“Então Você é Pirata”, *O Estado de S. Paulo*, Link, 02/02/2009)

O texto mostra exemplos e descreve o que é considerado ilegal na utilização da internet e de outros suportes digitais, como o MP3 Player e os telefones celulares. As fontes ligadas à indústria cultural foram entrevistadas e apresentam seu ponto de vista contra a pirataria:

Também não é o caso de apontar o dedo para a Justiça e o meio jurídico ou os detentores de direitos autorais, sejam eles artistas ou a indústria de cultura e entretenimento. Afinal, eles precisam defender seus direitos e, para tanto, apelam para profissionais afinados com a lei em vigor.

“A pirataria nunca é benéfica, mesmo como uma resposta a um modelo comercial de formato e preço que está em xeque. Não podemos defender uma lei que exclua o direito de autor”, afirma o advogado Luiz Henrique Souza, especialista em direito digital. O consultor jurídico da Associação Brasileira de Produtores de Discos (ABPD), João Carlos Muller, é mais enfático: “As redes P2P são a desgraça dos direitos de autor”.

(Idem)

Entretanto, o que predomina em toda a reportagem é a citação de fontes que defendem a flexibilização dos direitos autorais, embora o discurso do “outro lado”, representado por fontes ligadas à indústria fonográfica e de entretenimento, também seja mencionado.

Na segunda página, a matéria “Leis contra piratas vivem impasse em todo o mundo” examina a questão sob o ponto de vista jurídico e propõe uma revisão da legislação brasileira. Ricardo Kobashi, coordenador de portais do Governo do Estado, e Guilherme Carboni, advogado, pós-doutorando na USP em propriedade intelectual, corroboram esse argumento.

O advogado Luiz Henrique Souza, “que já defendeu grandes empresas em caso de pirataria”, discorda: “As empresas devem encontrar outra forma de lucrar, mas nunca abrindo mão do direito do autor de receber pelas obras”.

A retranca “Projeto da Cultura quer liberar a cópia privada” apresenta a intenção do Ministério da Cultura em propor um projeto de lei que tenha, como um dos pontos principais, a possibilidade da cópia privada, ou seja, o consumidor que adquirir um CD, poderá fazer uma cópia para utilizar em outros dispositivos, como no MP3 Player ou no celular. De acordo com a legislação atual, esse procedimento é considerado crime. “Qualquer pessoa que tenha um MP3 player ou um celular musical desrespeita a lei. Não faz sentido”, diz o coordenador de Direito Autoral do ministério, Marcos Alves de Souza.

Outra retranca sobre a legislação é “Polêmica, 'Lei Azeredo' deve ser abrandada”, que fala de forma crítica sobre o projeto de lei (PL) 84/99, proposto pelo senador Eduardo Azeredo (PSDB / MG). Foram ouvidas duas fontes que apontaram algumas restrições em relação ao texto da lei: o advogado Ronaldo Lemos e o deputado Júlio Semeghini (PSDB/SP), um dos relatores do projeto na Câmara.

Na sequência de títulos da reportagem, “Alternativa ao conteúdo ilegal vem do mercado” mostra exemplos de como a indústria de entretenimento iniciou estratégias de vendas pela internet para driblar a pirataria, como é o caso do *iTunes*, o maior sistema de venda de músicas do mundo, de acordo com a matéria.

Um aspecto interessante na escolha das fontes foi a entrevista com os “consumidores de música na internet”, criando um vínculo com os valores do público. As fotos dos entrevistados trazem as legendas a seguir:

“NINGUÉM É PUNIDO” – A fisioterapeuta Carolina, de 23 anos, baixa muita música, a ponto de ocupar todo o disco rígido do computador. “É mais prático. Tenho um celular que toca músicas. Já baixo em MP3, não preciso ‘ripar’^[16] um CD para isso.” Embora afirme que ‘os artistas deveriam ser recompensados’, ela diz ter a certeza de que nunca será punida. “Ninguém é punido no Brasil, nem deveria ser. Os downloads são naturais.” Ela vive entre amigos ‘baixadores’ com quem troca arquivos pela internet.

EM NOME DO SOM – o DJ carioca Rodrigo, de 33 anos, baixa arquivos para conhecer bandas novas. “Se tivesse que comprar, conheceria 1% dos discos que conheço.” Ele não se importa em estar fora da lei, principalmente porque os arquivos que consegue ilegalmente são, na maioria das vezes, de shows que não virão para o Brasil. “E seria impossível ter dinheiro para comprar tudo que ouço.” Ele recorre na maioria das vezes a torrents^[17], para ‘entender melhor a intenção da banda’.

(Idem)

Estes argumentos expressam o ponto de vista de alguns usuários, todavia, caberia neste espaço da matéria um contraponto vindo de outras fontes para levantar a questão ética embutida na apropriação de conteúdo protegido por lei. Ainda que a reportagem defenda valores e conceitos encontrados na Cultura Livre, todas as maneiras de ver a questão devem ser apresentadas.

Os quadros ‘Internet como Vilã’ e ‘Internet como aliada’ trazem informações ilustradas sobre os casos que marcaram o impacto do avanço tecnológico no mercado musical. Entre os exemplos citados no quadro ‘Internet como Vilã’, destacam-se os processos movidos pela indústria fonográfica contra: o Napster, primeiro serviço de troca de arquivos de música fechado em 2001; o *Orkut*, site de relacionamentos com comunidades que fornecem links para download de música, o *PirateBay*; site de buscas de torrents.

Em “Internet como Aliada”, foram lembradas as histórias rentáveis para a indústria da música. Em 2007, o grupo inglês Radiohead lançou a venda do disco *In Rainbows* por download permitindo aos fãs que escolhessem o quanto queriam pagar. O grupo Monty Python criou um canal gratuito em seu site: “Resultado? As vendas de seus DVDs cresceram 23.000% (sem exagero)”. Criada em 2001, a licença *Creative Commons* possibilita aos artistas terem mais controle da liberdade de suas obras, permitindo que “qualquer um baixe se não for para fins comerciais”. O grupo Nine Inch Nails liberou músicas para os fãs remixarem, criou um jogo de realidade alternativa, aderiu ao sistema de “pague o quanto (e se quiser) para baixar o CD” e foi recordista em vendas na Amazon.

A seguir, o caderno Link deu espaço para dois entrevistados que expressaram opiniões conclusivas sobre a questão levantada na primeira página:

O jornalista Matt Mason é autor do livro *The Pirate's Dilemma* (Free Press) e sugeriu que “a saída para as empresas não perderem para a pirataria é que elas assumam a concorrência e, em vez de tentar processar os piratas, mostrem para seu público que podem oferecer algo melhor”. Em síntese, o título da entrevista explicou o discurso do autor: “Competir em vez de combater”.

Lawrence Lessig foi o segundo entrevistado. “Uma das maiores autoridades do mundo em direitos autorais na era digital”, segundo a reportagem, ele concordou: “Sim, somos todos piratas”. E respondeu de forma categórica a questão principal da reportagem: “O problema não são os piratas – é a lei.”, frase que foi destacada como título da entrevista, em que manifestou sua opinião:

“Precisamos atualizar a lei, para que ela faça sentido no mundo digital”. [...] “Há muitas iniciativas nos EUA, como licenças coletivas, licenças voluntárias, que propõem mudanças. São todas propostas para fazer a lei fazer sentido na era digital. É isso que deve ser feito, ao invés dessa guerra contra quem usa as tecnologias digitais”. [...] “Sim. A razão pela qual todos são piratas hoje é porque a lei atual é baseada na reprodução de cópias. É uma que fazia sentido nos séculos 18 e 19, pois elas lidavam com cópias feitas por meio de novas tecnologias, que não estavam ao alcance de todos. Se você foca a lei de direitos autorais em cópias, você tem um modelo de negócios que incentiva o trabalho criativo. Fazia sentido.” [...] “Mas estamos nos movendo para uma era em que todo mundo que acessa a cultura tecnicamente faz cópias. Faz tanto sentido regular isso como regular o ato de respirar – copiar é algo tão comum que qualquer um pode fazer. Ao invés de invocar essa lei insana toda vez que um garoto liga o computador, a lei deveria parar de focar na cópia e se focar em atividades que façam sentido comercialmente”.

(“Sim, somos todos piratas”, O Estado de S. Paulo, Link, 02/02/2009)

O vocabulário, como esperado, recorreu aos novos significados que algumas palavras adquiriram em referência ao mundo digital: “ripar CD”, “baixar e subir” conteúdo na internet, além de termos em inglês: torrents, P2P, bluetooth^[18]. Mas houve o cuidado de explicar os termos menos conhecidos.

Os repórteres foram coerentes com a proposta de abordar a pauta “sem hipocrisia e conservadorismo” ao adotarem um tom interpretativo e opinativo no texto e defenderem uma mudança na legislação para acompanhar os “novos tempos” da cultura digital. Apresentaram diferentes enfoques para a questão, do ponto de vista de legislação, comportamento e consumo, pesquisaram dados, explicaram o contexto histórico e entrevistaram várias fontes.

Desta forma, é uma reportagem que exemplifica os diferentes aspectos e ângulos que envolvem a questão. Porém, faltou ouvir um “ator social” importante nesse processo: o artista. Além de ter alguns interesses em comum com a indústria fonográfica, os músicos sofrem um impacto diante da cópia de seu trabalho e sua opinião é importante para entender o que isso significa para a classe artística e para a produção cultural.

A mesma pauta poderia ser abordada na editoria de Cultura e Variedades. Entretanto, no período pesquisado, os cadernos culturais da *Folha de S. Paulo* e do *Estado de S. Paulo* não exploraram a pauta de maneira tão aprofundada quanto o *Link*. Considerando as diferenças editoriais e de periodicidade, é evidente que não faz parte do perfil da *Ilustrada* ou do *Caderno 2* a publicação de reportagens especiais com várias páginas sobre um único tema. Mas por ser uma questão tão relevante no mercado cultural atualmente, o tema da legislação de direitos autorais e da pirataria na internet merece uma discussão mais ampla.

Observando a coerência na linha editorial do *Link*, o caderno voltou a destacar o tema na edição de 15 de junho de 2009, com o título na capa: “Música Social”. “Cada vez mais compartilhada, a música do século 21 mudou nossos hábitos e a internet; mas a lei ainda não acompanhou estas mudanças”.

Desta vez, houve uma ênfase maior da questão sob um viés antropológico: como a tecnologia está influenciando o convívio social no compartilhamento de músicas e como está alterando as possibilidades de criação, composição e divulgação artística. Alexandre Matias, Rodrigo Martins e Lucas Pretti retomaram a pauta e apresentaram mais elementos interessantes para a reflexão sobre o assunto.

Nunca se fez tanta música quanto hoje. As possibilidades abertas a quem não tinha recursos ou técnica para fazer música permitiram que gerações inteiras finalmente pudessem produzir sua própria trilha sonora. Seja criando música nova, remixando hits do passado ou regravando velhas canções, pessoas de diferentes faixas etárias se descobriram artistas e puderam finalmente reconhecer-se como músicos, independentemente de profissionais ou amadores. Mais: com a internet, essa produção passou a ser ouvida por gente que não tinha outros canais senão o rádio, o show e a loja de discos para descobrir e curtir música nova. [...]

Aos poucos, um termo técnico que designa a forma de adquirir um arquivo digital da rede tornou-se praticamente sinônimo de música nesta década: o download. Graças à popularização do MP3, iniciada há exatos dez anos, **baixar música virou uma atividade rotineira e um hábito típico de nossos tempos.**

Mas esse monte de gente produzindo e ouvindo música não está isolada em seus computadores ou em seus fones de ouvido, mesmo porque isso não é novidade – o marco zero deste isolamento musical, a invenção do walkman, completa trinta anos este mês.

E o mesmo ponto de partida para a música digital como a conhecemos hoje – a criação do Napster, o primeiro software de compartilhamento de arquivos sonoros digitais – também deu origem a uma nova forma de se ouvir música.

Se o rádio, a loja de disco e a gravadora aos poucos se tornam obsoletos, a internet oferece opções que vêm sendo abraçadas por milhões de pessoas, que estão descobrindo músicas que nunca ouviram e mostrando-as umas às outras. [...]

Numa época em que ouvir música torna-se uma atividade cada vez mais social, resta achar uma solução que recompense quem produz mas que não puna quem ouve. Nesta edição, contemplamos facetas diferentes deste novo ouvir música. ^[19]

(“Música social”, *O Estado de S. Paulo, Link*, 15/06/2009)

As duas frases destacadas acima mostram uma visão particular da questão: “baixar” músicas é natural, já que rádio, disco e gravadoras são “obsoletos”. Tal processo está em curso e é inegável como vem se tornando hábito de boa parcela da população, principalmente dos jovens, mas por meio de reportagens como esta, a mídia reforça e legitima comportamentos e atua como formadora de opinião. A imprensa tradicional. Mesmo defendendo este ponto de vista, a reportagem deve mostrar todos os lados que cercam a questão, procedimento que o *Link* cumpriu quase a contento, pois entrevistou várias fontes mas deixou de ouvir músicos e até mesmo consumidores que preferem CDs.

Por ocasião da apresentação de um projeto de lei na Câmara dos Deputados, a mesma edição do *Link* discutiu o tema de legislação autoral na segunda página: “Brasil pode ter sua própria ‘lei Sarkozy’. Projeto de lei apresentado há 10 dias pode até desconectar internauta que baixar música ilegal; especialistas reagem”.

O PL 5361/2009, apresentado pelo deputado Bispo Gê Tenuta (DEM-SP) em junho de 2009 e classificado no texto como “controverso”, propôs a punição com a perda do acesso à rede para quem for pego baixando arquivos protegidos por direitos autorais. A reportagem compara o projeto de lei brasileiro à lei aprovada em maio na França (de onde vem a menção ao Presidente Sarkozy), com uma proposta semelhante, e posteriormente julgada inconstitucional.

A Assembleia Nacional francesa (equivalente à Câmara dos Deputados) aprovou, em setembro de 2009, uma lei que permite às autoridades bloquear ou restringir o acesso à internet a usuários de sites ilegais de compartilhamento de arquivos que se recusem a desistir depois de três avisos, além de aplicar uma multa de até €3,750. Uma versão inicial do projeto havia sido considerada inconstitucional e foi rejeitada no início do ano. Na ocasião da reportagem do *Link*, em junho, o projeto de lei estava tramitando no senado francês. O caso atraiu a atenção por adotar uma conduta rígida de

punição ao problema da pirataria, questão que vem despertando preocupação em diversas nações no sentido de regulamentar a legislação.

Com ênfase no projeto de lei brasileiro, a matéria traz um quadro indicando os pontos polêmicos que seriam contrários a artigos da Constituição. Além de ouvir o deputado responsável pelo projeto de lei, o repórter Rodrigo Martins tentou contato com a Associação Brasileira de Produtores de Disco (ABPD) e a Associação Antipirataria de Cinema e Música (APCM), que preferiram não conceder entrevistas e manifestaram-se por meio de nota.

Todas as demais fontes expressaram críticas quanto ao que consideram erros no projeto de lei, com argumentos explicativos: deputado Paulo Teixeira (PT-SP), da Comissão de Ciência e Tecnologia; João Antonio Wiegerinck, professor em Direito Constitucional da Universidade Mackenzie; Omar Kaminski, advogado especialista em direitos autorais; Luiz Henrique Souza, especialista em direito digital; José Vaz, coordenador da diretoria de direitos intelectuais do Ministério da Cultura; Pedro Mizukami, especialista em direito autoral da Fundação Getúlio Vargas; Magdiel Santos, da Rede Global Info; Eduardo Parajo, presidente da Associação Brasileira de Provedores de Internet (Abranet); e Horácio Belfort, da Associação Brasileira de Usuários de Acesso Rápido (Abusar).

Desta vez, o autor da reportagem foi menos opinativo, deixando para que uma ampla gama de fontes especializada apontasse uma opinião unânime: todos se posicionaram contra a aprovação da lei. O empenho em ouvir tantas fontes deu credibilidade ao argumento da matéria.

A retranca “‘Pirataria’ cresce como causa” mostra que a questão, além de cultural e jurídica, vem ganhando contornos políticos na União Europeia. Dois deputados do Partido Pirata foram eleitos pela primeira vez para o Parlamento Europeu. “Nascido em 2006, o partido já conta com 32 mil filiados, tem como principal ideal ‘reformular o *copyright*’ e ganha força proporcional às medidas repressoras que tomam conta da web do país.”

Na mesma edição de 15 de junho de 2009, a matéria “Cada vez mais sozinhos ou mais conectados” analisa como a música, ao tornar-se portátil e digital, vem mudando o comportamento das pessoas ao mesmo tempo em que estas mudam sua relação com a música. O texto do repórter Lucas Pretti expõe elementos interessantes para a reflexão a respeito do tema:

Há 30 anos levamos a música no bolso (e nos fones de ouvido). E faz 10 anos que ela também está solta por aí, pela rede. Isso nos coloca no olho do furacão digital – enquanto nos isolamos na própria trilha sonora, ouvimos música que vem de todos os cantos da rede. Cada vez mais conectados e cada vez mais sozinhos. Ou seria o contrário? [...] O fenômeno das redes sociais não dá indicações de retrocesso, muito menos o da cultura livre, nem o mercado de portáteis. Isso só poderia resultar numa juventude adepta de tecnologias. [...] Essa geração já forja uma nova metáfora – milhares de pessoas ouvindo suas próprias trilhas sonoras, mas trocando músicas entre si. Isso é um reflexo de outras vertentes do comportamento digital (lembre-se do sujeito enterrado no laptop, aquele cara que não desgruda do celular ou o gamer que não sai do quarto), que nos torna, cada vez mais, isolados e reunidos, ao mesmo tempo.

(“Cada vez mais sozinhos ou mais conectados”, *O Estado de S. Paulo*, *Link*, 15/06/2009)

O assunto continua sendo examinado na retransmissão “O universo musical é mais rico hoje do que antes da web”, assinada pelo repórter Filipe Serrano, que mostra como a sociedade se tornou individualizada e simultaneamente hiperconectada.

O antropólogo Marko Synésio Monteiro, pesquisador da Unicamp e professor da PUC-Campinas, explica que a tecnologia mudou a forma de socializar, mas não nos torna mais individualistas. “Como os aparelhos são criados para a cultura americana, individualista, temos a tendência de achar que estamos ficando iguais. Mas no Brasil, onde é fundamental compartilhar e socializar, nós adaptamos a tecnologia à cultura. Continua sendo importante ter contato direto e fortalecer laços sociais”, diz.

A facilidade de distribuição de música permitiu o contato com uma maior diversidade de ritmos. “Independente de estar conectado ou não, o universo musical está muito mais rico do que antes da web. E o acesso à cultura faz muita diferença para as pessoas. Elas são muito mais ativas e criativas porque têm espaço para mostrar o que produzem ou ouvem. Estão mais participativas em um espaço público muito diferente e novo”, diz Celso Candido de Azambuja, pesquisador e professor de Filosofia da Unisinos.

(“O universo musical é mais rico hoje do que antes da web”, *O Estado de S. Paulo*, *Link*, 15/06/2009)

Muitos usuários de conteúdo online argumentam que a maior variedade de opções de músicas, filmes, jogos, entre outros produtos culturais, é um dos motivos de aderirem ao compartilhamento de arquivos, já que podem, por exemplo, assistir a um filme espanhol que não foi lançado no país ou conhecer um músico de Israel cujo trabalho não é divulgado por aqui .

O *Link* voltou a pautar o assunto em entrevistas. Marcelo Branco, organizador do evento Campus Party Brasil, em 2009, deu sua opinião sobre o tema:

Como vocês vão lidar com a questão da pirataria [no evento Campus Party Brasil]?

Marcelo Branco - Não vamos incentivar a pirataria. Mas não vamos punir quem baixar. Isso é dever do Poder Público. Há toda uma discussão sobre pirataria e cópia privada. Pirataria é você comercializar um produto que não é seu. Já se a música está no seu PC, qual é o problema em compartilhar por uma rede de troca de arquivos? Não há lucro. Essa discussão ainda não está clara no Brasil. Pessoalmente sou a favor de uma mudança nesse modelo, que só beneficia as multinacionais.

(“Vamos trazer o criador da web para polemizar”, *O Estado de S. Paulo, Link, 05/01/2009*)

O Link tratou o assunto, dentro da esfera política novamente, na reportagem “Pirata, 21 anos, eleita na Suécia” sobre Amelia Andersdotter, eleita para o Parlamento Europeu pelo Partido Pirata sueco em 2009 e defensora do “download livre”.

Ela só tem 21 anos e está com um pé no Parlamento Europeu. Além de ser a mais nova da turma, irá mais ainda na contramão: ao contrário da atual política de se defender os direitos autorais, pregará que é necessário liberar o download e que a indústria de entretenimento deve se virar para achar uma forma de continuar a lucrar. [...]

Amelia sabe que sua voz será dissonante. “Sei que será difícil. Mas é preciso uma nova geração. Hoje, o parlamento é um local para onde, basicamente, os políticos vão quando se aposentam. É necessário uma voz radical contra toda essa política de restrições de hoje, como cortar a rede de quem baixa.”

“Não somos contra todo o direito autoral, mas queremos um direito mais equilibrado”, diz. Segundo Amelia, ela e o Partido Pirata propõem “mudanças radicais”. “Todos os usos não-comerciais de músicas e filmes seriam liberados. Se você baixar algo para si próprio e não for revender, tudo bem”, diz. “Também defendemos que toda a obra possua direito de proteção por apenas cinco anos. Depois, cairia em domínio público.” [...]

E a indústria, como iria lucrar? Com a pergunta, Amelia muda o tom de voz e se mostra irritada. “A pergunta é injusta, sou só uma estudante de 21 anos. As majors, que ganham bilhões, é que deveriam pensar nisso”, diz. “Mas se querem sugestões, podem lucrar com shows, merchandising, licenciamento de músicas ...”

(“Pirata, 21 anos, eleita na Suécia”, *O Estado de S. Paulo, Link, 25/06/2009*)

Um balanço sobre estas matérias do Link permite observar o predomínio de fontes e argumentos a favor do livre compartilhamento de arquivos, assim como nas matérias do caderno que serão apresentadas adiante. Mas as fontes da indústria cultural também foram ouvidas e seus argumentos apresentados. Como plataforma para uma discussão sobre o assunto, o *Link* cumpriu um papel importante, levantando a questão sob diversos ângulos.

Pirataria e Direitos Autorais na *Folha Informática*

Algumas semanas após a cobertura do Link, a *Folha Informática* publicou a reportagem “A Internet e a lei” (08/07/2009), em que deu ênfase ao PL 84/99, apresentado pelo senador Eduardo Azeredo (PSDB – MG) e ouviu fontes favoráveis e contrárias. O projeto de lei da França e o projeto do deputado Bispo Ge Tenuta (DEM-SP) também foram mencionados, mas sem a apresentação de seus conteúdos.

Os repórteres Daniela Arrais e Rafael Capanema citaram uma pesquisa que expõe uma interpretação diferente para as transformações ocorridas no mercado da música:

Na contramão das alegações da indústria do entretenimento, um estudo feito por pesquisadores da Harvard Business School aponta que não há evidências de que o compartilhamento de arquivos tenha desencorajado a produção artística. A pesquisa defende que a tecnologia digital incentivou a produção cultural e ainda reduziu seus custos de produção.

[...] Conduzida pelos economistas Felix Oberholzer-Gee e Koleman Strumpf, a pesquisa aponta que, apesar de a venda de discos ter caído desde 2000, foram lançados 35,5 mil títulos, enquanto, em 2007, o número chegou a 79,6 mil, incluindo 25,1 mil álbuns digitais.

O estudo também aponta que a troca de arquivos protegidos por direitos autorais não tem efeitos econômicos drásticos. “Não vemos evidência alguma de que o compartilhamento de arquivos desencorajou a produção artística. (...) A tecnologia digital diminuiu os custos de produção de filmes e músicas e permitiu que os artistas alcançassem seu público de novas maneiras”, diz o texto.

O download não representaria, portanto, uma venda perdida – remixes e mashups (músicas misturadas) podem até incentivar a venda de canções originais. Além disso, aumentou a demanda por shows. Na conclusão, os pesquisadores apontam que o maior acesso do público às músicas e uma proteção mais fraca dos direitos autorais, aparentemente, beneficiaram a sociedade.

Para Ronaldo Lemos, professor da FGV (Fundação Getúlio Vargas) e diretor do Creative Commons no Brasil, o consumidor de hoje quer preço baixo, catálogo ilimitado e portabilidade. “Uma vez que esses três itens sejam oferecidos, a indústria finalmente terá condições de competir com a pirataria, pois terá migrado do modelo de mercadoria para o de serviço, que é o que faz sentido econômico desde 2001 [quando o Napster foi fechado]”, diz.

(“A Internet e a Lei”, *Folha de S. Paulo, Informática*, 08/07/2009)

Enquanto algumas matérias tentam vincular a queda da venda de CDs ao aumento da pirataria digital, esta reportagem mostra que a difusão musical na internet, além de beneficiar o consumidor, também pode trazer vantagens para o artista, pois facilita a produção, a divulgação e a distribuição musical.

Uma foto legenda mostra o exemplo de uma usuária processada nos EUA, Jammie Thimas Rasset, 32, ao lado de seu advogado Brian Toder. Ela foi condenada a pagar US\$ 1,9 milhão a seis gravadoras pelo download ilegal de 24 músicas na Internet, e afirmou que é mãe, tem recursos limitados e não vai se preocupar com isso agora. Outro exemplo de processos na justiça: cerca de 20 usuários de internet alegam que estão sendo erroneamente acusados de compartilhar de forma ilegal títulos de games no Reino Unido, segundo a BBC. Eles enfrentam a ameaça de uma ação judicial ou de multas de até € 665.

A reportagem não manifesta opinião sobre estes casos, nem consulta fontes para discursarem a respeito, deixando uma lacuna na possibilidade de explorar mais este assunto: é justa a condenação de multas exorbitantes a usuários que fazem downloads de música?

Pedro Paranaguá, professor de Direito da FGV (Fundação Getúlio Vargas) e mestre em propriedade intelectual pela Universidade de Londres, afirma que a internet deveria ser livre e aponta caminhos para a indústria fonográfica:

“Não que seja uma terra de ninguém. Mas devemos ter a liberdade de acessar o que quisermos. De nos manifestar, de expressar nossa opinião. De ter acesso imparcial, sem filtros. E até de ter acesso anônimo, se quisermos.” [...]

“Hoje em dia, os mecanismos de troca de arquivos digitais, como as redes ponto a ponto (P2P), podem gerar rios de dinheiro para a indústria e para os autores, além de beneficiar seus consumidores.” Poder-se-ia cobrar, por exemplo, um valor fixo para quem acessa banda larga e liberar o download ilimitado de tudo, desde que o consumidor ateste que irá usar o serviço para baixar conteúdo protegido por direitos autorais. Isso é uma oportunidade e tanto.”

(Idem)

Um quadro explica como funciona a arrecadação de direitos autorais, por meio do Ecad (Escritório Central de Arrecadação de Direitos), que criou um departamento de novas mídias para pesquisar na internet rádios on-line com transmissão simultânea, sites institucionais, de instituições públicas, universidades e pessoas físicas que possuem blogs com sonorização ou podcasting. Em 2008, a arrecadação em todos os meios foi de R\$ 332 milhões.

Ao citar o ECAD na matéria, os repórteres apresentaram uma informação importante que não foi abordada nas reportagens dos outros veículos. A difusão musical na internet vem gerando um impacto econômico para os artistas e a indústria cultural por meio da arrecadação de direitos autorais feita pelo ECAD.

Observa-se que esta reportagem do caderno *Informática* tem um caráter interpretativo, porém menos opinativo que as do caderno *Link*. Ao colocar as retrancas “a favor” e “contra”, concedeu espaço equitativo para as fontes argumentarem diferentes opiniões.

O tema voltou a ser destacado pelo caderno *Informática*, dentro da área política, na entrevista com Stefan Urbat, então candidato do Partido Pirata ao Parlamento da Alemanha, defendendo o download livre e o compartilhamento de arquivos sem fins comerciais:

Urbat – Os produtores (culturais) deveriam ser mais justos: eles podem ser apoiados pelo Estado ou viver com outros modelos de pagamento, como o Jamendo (www.jamendo.com). Lá todas as músicas podem ser baixadas gratuitamente (sob a licença Creative Commons) e é fácil para quem baixa fazer doações aos artistas, se quiser.

(“Mais privacidade é tema da campanha do Partido Pirata”, *Folha de S.Paulo, Informática*, 23/09/2009)

A equipe do *Folha Informática* demonstrou real interesse em apresentar a questão. As informações e entrevistas da reportagem contribuíram para instigar os leitores a entender melhor o cenário.

Pirataria e direitos autorais na Ilustrada

Enquanto o *Link* e a *Folha Informática* apresentaram fatos, depoimentos e argumentos que defendem claramente uma reforma na legislação de direitos autorais que torne mais flexível o consumo de conteúdo na internet, a *Ilustrada* manteve um equilíbrio: ora mostrando os prejuízos causados pela pirataria online para artistas e indústria cultural e assumindo uma postura antipirataria, ora dando voz às manifestações de liberdade no ciberespaço.

Em “Sinfonia na Rede”, o caderno constatou que a música erudita gratuita vem ganhando espaço na web com a difusão de páginas ambiciosas, temáticas e com discurso antipirataria. O repórter Irineu Franco Perpétuo cita alguns dos blogs: *Livros Livres Música Libre*, *PQP Bach*, *Music is the Key* e *Brazilian Concert Music*.

Depois do YouTube, das rádios via web e das redes de compartilhamento peer-to-peer, agora a blogosfera também está sendo usada como meio de difusão gratuita de música erudita. Blogueiros de todo o planeta estão compartilhando suas coleções de discos, colocando-as para download. [...]

Todos esses blogs dizem não promover a pirataria, pois não cobram pelo acesso aos discos. Com algumas variações, suas páginas de entrada costumam dizer mais ou menos a mesma coisa: que o caráter dos blogs é meramente cultural e de divulgação; e que, tendo gostado do que baixaram, os internautas devem sempre comprar os CDs originais, cuja qualidade de áudio é superior à dos downloads.

(“Sinfonia de blogs”, *Folha de S. Paulo, Ilustrada*, 06/01/2009)

Só faltou constatar que esse discurso é contraditório em relação à prática, já que os blogs disponibilizam material protegido por *copyright*.

Mas outras iniciativas são explicitamente a favor da apropriação de obras, como a do produtor americano Greg Gillis, cujo trabalho foi um dos assuntos abordados no documentário “RIP: a Remix Manifesto”, do diretor canadense Brett Gaylor, para ilustrar a discussão sobre o direito autoral na era da informação. A reportagem “remixer.com” (*Folha de S. Paulo, Ilustrada*, 12/05/2009) fala sobre o documentário e explica como Greg Gillis, sob a alcunha de Girl Talk, ficou conhecido por se apropriar de dezenas de trechos de música de outros artistas para a criação de novas faixas.

Gaylor arriscou um cálculo para indicar o quanto Gillis deveria ter pago em direitos autorais caso solicitasse a autorização dos compositores:

Mas, para lançar cada um dos seus quatro álbuns, Gillis teria de ter desembolsado US\$ 4,2 milhões com licenças para editoras e gravadoras – o que nunca aconteceu. [...] “Sempre houve uma tensão entre a internet e as ideias tradicionais que cercam propriedade intelectual”, diz Gaylor, 32, em entrevista à Folha.

(“remixer.com”, *Folha de S. Paulo, Ilustrada*, 12/05/2009)

O documentário defende a “cultura de remix”, na qual os internautas podem transformar uma obra já conhecida em algo novo, por meio do download, assim como fez Gillis. “É uma forma de cidadãos não serem mais só consumidores, mas de se tornarem criadores”, disse Gaylor à Folha. E propôs a flexibilização da atual legislação que regula a propriedade intelectual e adoção das licenças criadas pela organização Creative Commons:

“É uma solução razoável que permite aos artistas declararem que seu trabalho pode ser sampleado, mas sem abrir mão de seus direitos comerciais, caso a obra venha a ser usada com fins lucrativos”, diz o diretor. “A única alternativa para o futuro é

restaurar o equilíbrio do direito autoral. Atualmente, há muita coisa nas mãos das grandes corporações.”

(Idem)

Para demonstrar coerência entre atitude e discurso, Gaylor disponibilizou o filme para download com a intenção de permitir às pessoas que “remixem, adicionem e melhorem” o documentário. “Me inspirei no movimento do *open source* [código aberto], em que programadores e hackers criam softwares colaborativamente”, disse Gaylor. “Foi também um jeito de adotar algumas das ideias das quais o filme fala e de provar que elas podem ser um modelo novo, atual.”

O diretor gravou parte do filme no Brasil e acredita que o país “tem muito a ensinar”. No Rio de Janeiro, ele conversou com Gilberto Gil, que levou o *Creative Commons* a um debate público quando ainda era ministro da Cultura. “É inspirador que a América do Norte veja isso”, conclui Gaylor.

A visão oposta, dos que atacam a pirataria, também foi tema de reportagem na *Ilustrada* - “Ameaça Virtual” (20/07/2009) estampa a capa do caderno e fala sobre a empresa inglesa *Web Sheriff*, especializada em combate à pirataria e ao desrespeito autoral, contratada por artistas, gravadoras, estúdios de cinema, celebridades, editoras de livros e jornais. O trabalho do *Web Sheriff* consiste em monitorar a internet para evitar que arquivos de discos se espalhem pela internet antes de seu lançamento no mercado, removendo arquivos piratas de sites e blogs e redes de troca como *MySpace*, *YouTube*, *eBay* e *Facebook*.

De acordo com a matéria, alguns dos artistas que contrataram o trabalho do *Web Sheriff*, criado pelo advogado John Giacobbi, foram:

Animal Collective: a empresa removeu da rede 90% dos links que vazaram do último álbum da banda americana em dezembro, um mês antes de seu lançamento.

Michael Jackson: antes da morte do cantor, a empresa trabalhava para conter a ação de cambistas pela internet da série de shows que o artista realizaria em julho.

Prince: cerca de 3.000 vídeos não autorizados de shows que o cantor realizou em Londres, em 2007, foram tirados pela empresa da internet

Van Morrison: a *Web Sheriff* tirou do ar dois dos maiores sites de fãs do cantor, que alegava invasão de privacidade

(“Ameaça Virtual”, *Folha de S. Paulo, Ilustrada*, 20/07/2009)

Giacobbi conta que fechou sites brasileiros que hospedavam música pirateada. “Nós só fechamos sites como uma última alternativa. Primeiro, pedimos que eles removam os arquivos ilegais.”

Seguindo a concepção de diagramar a reportagem com ilustrações ou imagens que reforçam a mensagem de combate entre indústria cultural e pirataria, a página traz uma foto (com o crédito de divulgação), ocupando um quarto da página, do advogado John Giacobbi em uma postura imponente apontando o dedo para os piratas tal qual um “xerife vigilante”. A foto foi feita pelo cantor canadense Bryan Adams, um dos clientes da *Web Sheriff*.

Ao lado da reportagem, o artigo “Xerife lucra vendendo ilusão”, assinado pelo advogado e colunista da *Folha* Ronaldo Lemos, traz dados de uma pesquisa feita na Inglaterra mostrando que o compartilhamento de arquivos está diminuindo entre os jovens do país. O fator determinante não é o surgimento de sites de patrulhamento como o *Web Sheriff*, mas o surgimento de novos serviços de distribuição de música que “fazem sentido para os consumidores digitais”, como o Spotify e o Web7, com catálogo vasto e opções para ouvir música de forma “conveniente, imediata e barata”.

Neste artigo, Lemos oferece uma resposta coerente para um problema que vem gerando um debate acalorado, porém sem perspectivas de resolução:

Isso mostra algo que já era óbvio desde o final da década de 90: o problema da pirataria não será resolvido no campo da lei, da polícia ou da repressão privada. Ele será resolvido no campo econômico. Através do surgimento de serviços que ofereçam catálogo ilimitado, preço baixo, assinaturas e portabilidade total da música.

(“Ameaça Virtual”, *Folha de S. Paulo, Ilustrada*, 20/07/2009)

As opiniões dentro deste debate, de uma maneira geral, parecem convergir para esta sugestão: a indústria do entretenimento deve “correr atrás do prejuízo” em vez de ir aos tribunais processando sites e usuários. Assim como os canais a cabo cobram uma assinatura mensal e oferecem uma variedade de programas televisivos, as gravadoras podem se associar às mídias online para disponibilizar música mediante uma assinatura.

Explicando o título, “Xerife lucra vendendo ilusão”, Lemos fala sobre a venda do impossível: “Vendem a fantasia de que o mundo pode voltar 15 anos no tempo, quando a realidade econômica era diferente (...) e de que o problema dos downloads na internet pode ser resolvido com a radicalização da repressão.”

Ronaldo Lemos é diretor do Centro de Tecnologia e Sociedade da Escola de Direito da Fundação Getúlio Vargas (RJ) e diretor do *Creative Commons* no Brasil. É professor titular e coordenador da área de propriedade da Escola de Direito da FGV-RJ e fundador do Overmundo^[20]. Lemos tornou-se fonte recorrente em diversas matérias sobre o tema em reportagens da *Folha de S. Paulo* e, a partir de junho de 2009, tornou-se colunista semanal do jornal, no caderno *Folhateen*, contribuindo para ampliar o debate por meio de um discurso equilibrado sobre os ajustes necessários na legislação de direitos autorais e a defesa dos artistas e da indústria de entretenimento em face da ilegalidade da pirataria.

Ao convidar Lemos para ser colunista do jornal, a *Folha de S. Paulo* mostrou que o assunto é relevante jornalisticamente para sua linha editorial e merece ser analisado periodicamente por um especialista.

Um mês depois, em 20 de agosto de 2009, a *Ilustrada* trouxe a reportagem “YouQuê?, sobre o Youku, um dos dez sites mais acessados na China, nos moldes do YouTube. O site chinês disponibiliza filmes e séries na íntegra sem respeitar os direitos autorais “graças à inexistência de leis de propriedade intelectual na China”, de acordo com a matéria.

Já na reportagem “Letra Morta” (09/11/2009), a *Ilustrada* entrou na discussão sobre a reforma da lei de direitos autorais. “Normas menos rígidas e regulação estatal devem servir de base à nova lei do direito autoral; pelas regras válidas atualmente, incontáveis usuários da internet estão na ilegalidade” resume a repórter Ana Paula Souza na linha fina da matéria de página inteira na capa da edição.

O texto revelou os principais pontos da reforma do direito autoral, planejada pelo governo brasileiro, da lei que está em vigor atualmente, aprovada em 1998, como atualização de uma lei criada em 1973. A *Folha* teve acesso às diretrizes do anteprojeto de lei preparado pelo Ministério da Cultura (MinC) em parceria com acadêmicos e juristas.

A iniciativa inclui-se em num momento mundial de revisão de leis que, simplesmente, não servem mais. Baseadas na Convenção de Berna, de 1886, as leis de direito autoral regem um mundo que deixou de existir. “Elas têm origem no século 19. Uma coisa é falar de partitura, outra é falar de sampler, que é mais do que uma cópia, é a recriação de uma obra”, exemplifica o professor Marcos Wachowicz, da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), organizadora do 3o Congresso de Direito de Autor e Interesse Público [...].

O texto atual trata como ilegais atitudes corriqueiras como a cópia de um CD para seu pen drive. “Temos toda uma população na ilegalidade”, resume Wachowicz.

“Mudou a necessidade do consumidor e também a do autor”, diz Alfredo Manevy, secretário-executivo do MinC, para quem os criadores, não raro, são submetidos a

“contratos leoninos”. “Há um desequilíbrio de forças entre autores e investidores”, diz, referindo-se a gravadoras, editoras etc. “Queremos fortalecer e garantir direitos hoje diluídos”.

(“Letra Morta”, *Folha de S. Paulo, Ilustrada*, 09/11/2009)

De acordo com o texto, a Associação Brasileira do Direito do Autor e a Associação Brasileira de Música e Artes (ABMA) posicionaram-se contra a reforma apresentada pelo ministério que não consultou as entidades de autores e segue uma linha de “fragilização do direito autoral”. A atuação do ECAD (Escritório Central de Arrecadação e Distribuição), encarregado de arrecadar o pagamento de direitos autorais foi questionada:

O ECAD distribuiu, em 2008, cerca de R\$ 270 milhões para mais de 73 mil músicos. Herência [José Luiz Herência, secretário de políticas culturais] limita-se a dizer que “o Ecad precisa aprimorar seus mecanismos de transparência”.

O que está em jogo é também a relação entre interesses diversos. “O direito de autor foi criado para regular interesses privados. Com a internet, o papel do interesse público se ampliou,” diz o professor Manoel Pereira dos Santos da FGV. “Temos mais gente produzindo, disponibilizando e tendo acesso. Isso muda o equilíbrio de poderes e, por isso, no mundo, estão mudando as leis.”

(Idem)

A retranca “Brasil segue caminho oposto ao da França” mostra que a reforma proposta é diferente da lei francesa, mais rígida com punição aos usuários.

“Não podemos acreditar que uma legislação que transforme a internet num ambiente hostil seja razoável. O Brasil não comporta uma lei como a francesa, que criminaliza o usuário”. Com essa frase, o secretário-executivo do Ministério da Cultura (MinC), Alfredo Manevy, indica o caminho que o governo brasileiro pretende trilhar no novo ambiente digital.

[...] “É preciso saber o quanto a proteção não restringe a difusão do conhecimento que é a base da internet”, diz o professor Marcos Wachowicz, da UFSC. Do outro lado, Juca Novaes, da Abramus, vê como prejudiciais aos autores o discurso excessivamente liberalizante sobre a internet.

“Não dá pra imaginar um mundo no qual os autores não recebam por sua criação. A tendência é que se consuma na rede, mas alguém tem que pagar por isso”, diz. “Por trás dos downloads, estão provedores ganhando dinheiro. Há autores que, se não receberem direitos autorais, não tem como pagar aluguel.”

(“Brasil segue caminho oposto ao da França”, *Folha de S. Paulo, Ilustrada*, 09/11/2009)

A segunda retranca intitulada “OMC comanda propriedade intelectual” afirma que, decorridas três décadas da criação da Organização Mundial da Propriedade

Intelectual (Ompi) em 1967, os direitos de autor escaparam ao controle de artistas, consumidores e até mesmo dos governos locais.

“A entidade que regula o comércio mundial passou a ser a entidade mais influente nas definições sobre direito autoral”, diz Ascensão [José de Oliveira Ascensão, professor da Universidade de Lisboa, que fez parte da criação da Ompi]. “Os direitos autorais estão transformados em mercadoria”. Ele refere-se ao papel que a Organização Mundial do Comércio (OMC) passou a desempenhar nos assuntos de propriedade intelectual desde que foi criada, em 1994. Datam dessa época inclusive, várias das revisões legais ao redor do mundo. Foi o que aconteceu no Brasil.

“A lei de 1998 é mais restritiva que a de 1973. Ela eleva ao máximo as proteções”, diz o professor Marcos Wachowicz da UFSC. “Há interesses econômicos que devem ser mantidos, é claro. Mas também há interesses públicos que devem ser preservados. Hoje, há um desequilíbrio.” [...] “Nossa lei protege a indústria e não a diversidade cultural”.

(“OMC comanda propriedade intelectual”, *Folha de S. Paulo, Ilustrada*, 09/11/2009)

A *Ilustrada* realizou uma cobertura consistente e o conjunto das matérias apresentou todas as esferas envolvidas na discussão sobre pirataria e direito autoral.

Pirataria e direitos autorais no Caderno 2

O Caderno 2 publicou a nota “Preço de CDs e DVDs pode cair com a nova lei” (07/08/2009) sobre o projeto de lei que isenta de impostos a produção de CDs e DVDs, o que poderia ajudar a diminuir a pirataria.

“Direito autoral vira campo de batalha” (09/11/2009) tratou da revisão da lei de Direito Autoral proposta pelo Ministério da Cultura e da polêmica repercussão que causou para os representantes da Abramus (Associação Brasileira de Música e Artes), que classificou o texto do governo de “estatista e intervencionista”.

Um novo campo de batalha toma conta da área da cultura a partir de hoje, quando será aberto o 3º Congresso de Direito de Autor e Interesse Público, em São Paulo, cujo principal tema de debate é a revisão da lei de direitos autorais. O ponto nevrálgico é a apresentação de um texto que o governo federal pretende que seja a base da nova legislação de direito autoral do País. O texto, que ainda está em debate, vazou e circula entre artistas e entidades de classe, e tem causado estupefação e revolta em alguns grupos de artistas. A reportagem do Estado teve acesso aos principais pontos do documento (leia ao lado).

“É uma vergonha. É o Estado interferindo naquilo que é um direito claramente privado. O sistema autoral está crescendo muito, e isso está incomodando certos grupos, que foram buscar abrigo no Ministério da Cultura”, acusa o advogado Roberto Mello, presidente da Associação Brasileira de Música e Arte (Abramus)

(“Direito autoral vira campo de batalha”, *O Estado de S. Paulo, Caderno 2*, 09/11/2009)

O repórter Jotabê Medeiros entrevistou algumas fontes:

Segundo Alfredo Manevy, secretário executivo do Ministério da Cultura, o texto que causou a reação da Abramus surgiu de um diagnóstico oriundo da sociedade civil, e não é um projeto de lei. "O que foi apontado são trechos daquilo que poderá ser no futuro uma minuta de um projeto de lei, um diagnóstico formulado para corrigir os desequilíbrios, as distorções e atualizar a lei em função das demandas do meio cultural", disse Manevy.

Na avaliação do cientista político Samuel Barrichello, da Coordenação-Geral de Regulação em Direitos Autorais e colaborador do MinC, a intenção do anteprojeto busca "estender os benefícios resultantes dos direitos autorais a um número maior de atores do processo", e visa, ao mesmo tempo, a "corrigir a omissão do Estado nessa questão".

Para o professor Manoel Pereira dos Santos, coordenador do programa de pós-graduação em Propriedade Intelectual da Escola de Direito da FGV-SP, a criação do Instituto Brasileiro de Direito Autoral, na prática, é apenas a reedição de algo que já existia no passado, o Conselho Nacional de Direitos Autorais (CNDA). "É uma entidade regulatória, como as agências. O que se pretende está dentro das políticas de Estado, não vejo intervencionismo", considera.

(Idem)

O texto explicou algumas mudanças da proposta de lei como a criação do Instituto Brasileiro do Direito Autoral (IBDA). A matéria introduziu o assunto para o leitor de forma eficiente, mostrando que a questão abrange diferentes interesses para os envolvidos.

A cobertura do 3º Congresso de Direito de Autor e Interesse Público teria sido uma boa oportunidade de aprofundar o assunto, mas os outros cadernos não abordaram o assunto.

3.2.2. Julgamento dos fundadores do site Pirate Bay

Um dos casos emblemáticos do tema de estudo em 2009 foi o julgamento do site sueco PirateBay, acusado de pirataria. O fato teve repercussão na imprensa de todo o mundo e gerou uma polêmica discussão sobre o comportamento dos usuários de internet que compartilham arquivos ilegais de música e filmes em sites semelhantes.

Em fevereiro de 2009, a Justiça da Suécia iniciou o julgamento dos quatro fundadores do *PirateBay*, sob a acusação de causar danos à indústria do entretenimento ao facilitarem a infração de direitos autorais por meio do compartilhamento de arquivos *torrents* na internet. Em abril, a corte divulgou a sentença: Fredrik Neij, Gottfrid

Svartholm Warg, Peter Sunde e Carl Lundström foram condenados a um ano de prisão e ao pagamento de uma multa de 3,6 milhões de dólares.

O caso ganhou notoriedade já que o desdobramento do processo poderia influenciar os rumos da ilegalidade do compartilhamento de arquivos online. A seguir, o trabalho apresenta uma análise da cobertura da *Folha* e do *Estado* sobre o assunto, que está presente nas seguintes matérias:

- PirateBay transforma julgamento em espetáculo (*O Estado de S. Paulo, Link, 23/02/2009*)
- Sob risos, indústria depõe no julgamento do PirateBay (*O Estado de S. Paulo, Link, 02/03/2009*)
- Julgamento de piratas tem risos, cifras milionárias, blog e Twitter (*Folha de S. Paulo, Informática, 04/3/2009*)
- PirateBay se defende e sentença sai em abril (*O Estado de S. Paulo, Link, 09/03/2009*)
- Julgamento do site Pirate Bay condena quatro (*Folha de S. Paulo, Ilustrada, 18/04/2009*)
- Líder condenado do PirateBay vem ao Brasil (*Folha de S. Paulo, Informática, 22/04/2009*)
- Caça aos piratas (*Folha de S. Paulo, Ilustrada, 02/06/2009*)
- “Não serei preso. Venceremos no final” (*O Estado de S. Paulo, Link, 29/06/2009*)
- Internet não é a culpada dos crimes (*Folha de S. Paulo, Informática, 01/07/2009*)
- PirateBay vai ser vendido e pretende legalizar conteúdo (*Folha de S. Paulo, Ilustrada, 01/07/2009*)
- Vendido, PirateBay se torna alvo de artilharia jurídica (*Folha de S. Paulo, Ilustrada, 01/08/2009*)
- Mininova limita serviços para impedir pirataria (*Folha de S. Paulo, Ilustrada, 27/11/2009*)
- Condenação do site Mininova é ineficaz (*Folha de S. Paulo, Ilustrada, 29/08/2009*)
- Usuário sempre vai driblar censura, diz cineasta (*Folha de S. Paulo, Informática, 02/12/2009*)

Folha Informática e *Link* deram destaque para o julgamento desde o início e a *Ilustrada* passou a acompanhar o caso quando foi anunciada a sentença.

Em 23 de fevereiro, o *Link* publicou a primeira matéria sobre o tema: “PirateBay transforma julgamento em espetáculo”. Na linha fina: “No banco dos réus, criadores do site sueco responsável por grande parte dos arquivos trocados online ironizam acusação e ganham apoio massivo online.”

O texto, assinada pelo repórter Rodrigo Martins, com informações do *The Guardian*, *Agência France Presse* e *Associated Press*, descreveu o julgamento como “espetáculo” e “pitoresco”.

De acordo com a reportagem, os réus tentavam explicar que, embora quisessem “bancos os Robin Hoods” virtuais, não cometiam crime algum. Alguns dos adjetivos no texto relacionados aos criadores do site foram: sarcasmo, humor, ironia, popularidade.

Na palavra deles [criadores do PirateBay], queriam um “spectral” (julgamento-espetáculo). Com US\$ 3 mil arrecadados na web, decoraram um ônibus com uma caveira de pirata para ir em grande estilo a uma disputada coletiva de imprensa. Convidaram twitteiros para postar, em várias línguas, o que acontecia no julgamento. E, por exigência deles, tiveram o primeiro julgamento da Suécia transmitido ao vivo pela web.

Não deu outra. A imprensa mundial deu grande destaque. Nas sessões, de tantos apoiadores, cambistas vendiam lugares na sala de julgamento a US\$ 60. Hackers ‘pixaram’ o site da IFPI. Até o grupo Abba, do megahit “dancing queen”, veio a público como uma das poucas vozes contrárias aos piratas.

(“Pirate Bay transforma julgamento em espetáculo”, *O Estado de S. Paulo*, *Link*, 23/02/2009)

Em defesa dos acusados, o texto afirmou: “O PirateBay nasceu em 2003 e não hospeda nenhum arquivo. É como um Google, só que para a busca de links de músicas e vídeos localizados nos PCs dos internautas. Tem hoje 22 milhões de usuários.” Mais adiante, a reportagem narrou a “vitória” obtida no segundo dia de julgamento: a acusação retirou a alegação de que o site “ajudaria na infração de direitos autorais”, porque não conseguiu provar que as músicas seriam baixadas do site, que não armazena arquivos, somente os “links”. Então, a acusação mudou para “ajudar a tornar disponíveis materiais protegidos por direitos.”

A alegação dos advogados da indústria da música e do cinema, representada pela Sony, Warner, Fox, Universal e EMI e pela Federação Internacional da Indústria Fonográfica (IFPI), é de que, por conta do site, este mercado perdeu oportunidades de vender músicas e filmes e deve ser ressarcido. O encerramento do texto mostrou que o *Link* optou por tomar partido do *PirateBay*, como ficou evidente em todas as coberturas do julgamento ao longo das outras edições: “Por ora, o embate acabou em ... pizza. Literalmente. Acusados e acusadores se encontraram por acaso num restaurante italiano perto do tribunal. Para espanto, foi um almoço fraterno com piadinhas. No final, a garçonete piscou para os piratas e disse: “Estamos com vocês”.

Uma entrevista com Jorge Machado, professor de Sociologia da USP e um dos fundadores do Partido Pirata no Brasil, complementou a reportagem.

Como na Suécia, vocês defendem a descriminalização dos downloads?

As pessoas estão percebendo que a indústria tenta confundir a opinião pública jogando os artistas contra seu público. Na verdade tenta esconder a crise dela mesma. A internet é uma rede de compartilhamento, por isso, a única forma de controlar isso é controlar as comunicações de cada cidadão. Há setores da indústria dispostos a violar os direitos fundamentais como privacidade e liberdade de expressão para manter seus lucros.

[...]

Qual a sua opinião sobre o julgamento do PirateBay?

É um tiro no pé. Vai jogar a opinião pública contra a indústria. O mundo inteiro faz cópias ditas “ilegais”. As pessoas estão percebendo que a indústria tenta criar uma escassez artificial de informação. Como é impossível, tenta pelo medo, processando ou ameaçando.”

(Idem)

Não houve espaço para uma fonte brasileira, representante da indústria fonográfica ou dos artistas, manifestar opinião sobre o caso.

Na semana seguinte, o *Link* continuou acompanhando a segunda semana do julgamento, na edição de 2 de março, na matéria “Sob risos, indústria depõe no julgamento do Pirate Bay” .

O texto utilizou o mesmo tom de ridicularização dos acusadores, ao afirmar que o público voltou às gargalhadas, só que desta vez não por conta dos depoimentos sarcásticos dos acusados, mas da indústria de entretenimento que, embora seja a responsável pela ação, teve de explicar porque luta contra o site.

“Perguntado se os internautas comprariam todas as músicas que já baixaram se não as tivessem de graça, John Kennedy, o responsável pela Federação Internacional da Indústria Fonográfica (IFPI, na sigla em inglês), soltou um contundente “sim”. A plateia caiu numa gargalhada ouvida até fora da sala de julgamento. “É senso comum que as pessoas comprariam se não tivessem de graça. É isso o que os consumidores dizem quando perguntamos a elas”, disse na quarta.

No dia seguinte, porém, por parte da defesa, Roger Willis, professor universitário e presidente da Associação Sueca dos Compositores Populares, desmentiu a indústria e disse que não há estudos que evidenciem isso. “Aliás quem baixa costuma comprar mais, não menos”, declarou.

(“Sob risos, indústria depõe no julgamento do Pirate Bay”, *O Estado de S. Paulo, Link*, 02/03/2009)

A cobertura da *Folha Informática* a respeito do caso trouxe um texto curto e também mencionou as gargalhadas da plateia durante o julgamento. Com o título “Julgamento de piratas tem riso, cifras milionárias, blog e Twitter”, a matéria identificou a autoria apenas como “da reportagem local” e citou informações segundo o repórter Oscar Swartz, que cobriu o caso pela revista norte-americana *Wired*.

O texto mostrou alguns dados que complementam a matéria do *Link* e contextualizam o caso para o leitor: no ranking da Alexa, o *PirateBay* é um dos 110 sites mais visitados do mundo; os argumentos dos acusados podem ser acompanhados no blog Spectrial (trial.thepiratebay.org); para John Kennedy, dirigente do IFPI, os 2,1 milhões pedidos como indenização pela pirataria de 23 músicas são justos e talvez até conservadores.

A *Ilustrada* cobriu o assunto em 18 de abril, informando sobre a sentença do caso, na matéria “Julgamento do site PirateBay condena quatro”. A linha fina explicou: “Responsáveis facilitaram quebra de direitos, diz tribunal, que estipulou um ano de prisão; condenados vão recorrer. Porta-voz dos “piratas” diz que não se pode criminalizar 'comportamento social' e acredita que decisão 'estúpida' será revertida.”

Os responsáveis pelo site foram condenados a um ano de prisão e ao pagamento de US\$ 3,6 milhões de indenização a “gigantes da indústria audiovisual”, como Warner Bros e Sony Music Entertainment, por auxílio à violação de direitos autorais de 33 obras, entre elas filmes, games e músicas.

“O crime foi cometido de forma comercial e organizada”, disse o juiz Tomas Norström. “É uma coisa estúpida se formos condenados por crime organizado, é melhor sermos condenados por crime desorganizado”, disse Peter Sunde, um dos acusados, em conferência via internet. “Não somos uma empresa, somos uma equipe bem organizada.”

Sunde disse que os chamados PB4 “além dele, Fredrik Neij, Gottfrid Svartholm Warg e Carl Lundström” vão recorrer. “Os heróis perdem no começo, mas têm uma vitória épica no final. É a única coisa que Hollywood nos ensinou”, dizia o site.

A indústria audiovisual comemorou. “O julgamento [...] está relacionado à defesa dos direitos dos criadores, à confirmação da ilegalidade do serviço e à criação de um ambiente legal para serviços musicais que respeitem os direitos da comunidade criativa”, disse, em nota à imprensa, John Kennedy, presidente do conselho da Federação Internacional da Indústria Fonográfica (IFPI).

(“Julgamento do site PirateBay condena quatro”, *Folha de S. Paulo, Ilustrada*, 18/04/2009)

O repórter Gustavo Villas Boas afirma que o *PirateBay* é um dos maiores “e o mais emblemático” (sic) sites buscadores de *torrents*. Mais adiante, complementa: é um dos mais populares sites da internet. Estima-se que tenha 22 milhões de usuários e esteja entre os cem endereços mais acessados.

Em 2 de junho, a *Ilustrada* retomou o assunto na matéria de capa “Caça aos Piratas” - “Tribunais e leis apertam o cerco contra sites de downloads ilegais; o popular *Mininova* vai a julgamento hoje”. Desta vez, o tema principal foi o julgamento do site

Mininova (Holanda) que, de forma semelhante ao *PirateBay*, foi acusado de distribuição de material protegido por direito autoral por uma associação holandesa antipirataria, chamada Brien.

O termo pirata do título apareceu com fonte maior e destacado em vermelho. Ao lado, uma ilustração simboliza um pirata em cima de uma mão que simula apontar uma arma. Em contraposição à ilustração publicada pelo *Caderno Link* em alusão à pirataria (vide página 53), a *Ilustrada* utilizou o recurso da ilustração de maneira a associar o termo pirataria ao crime.



A repórter Bruna Bittencourt defendeu a ideia de que a batalha travada entre sites de downloads e a indústria de entretenimento passava, naquela época, pelo seu momento mais acirrado, mas ainda se encontrava longe de uma solução. E lembrou que o julgamento do *Mininova* ocorreu menos de dois meses após o site *PirateBay* ter ido ao tribunal, embora o site sueco ainda estivesse no ar. Na segunda página da reportagem, uma outra ilustração fez alusão ao cerco da Justiça contra os sites de downloads ilegais:

FOLHA DE S. PAULO



Ilustração Osvaldo

OS NÚMEROS DO MININOVA

7 bi

foi o número de downloads que o site alcançou em janeiro*

10 mi

foi a média de downloads por dia no mesmo mês

44,7 mi

foi o número de visitantes únicos em dezembro, que geraram 683,7 mi de pageviews no mês*

40º

maior site da internet relacionado a computadores**

14,5%

dos usuários são dos EUA. O Brasil é o 6º país que mais visita o site (2,6% da audiência)

TORRENT

Como funciona



» O Mininova lista e busca entre seus usuários filmes, séries e discos com ajuda dos torrents, que funcionam como guias para baixar esses arquivos



» Os arquivos não ficam reunidos em um único servidor, como acontecia com o Napster, por exemplo, mas nos computadores de seus usuários, que formam uma subrede dentro da internet



» Os arquivos podem ser baixados de vários usuários ao mesmo tempo, em pedaços, reconstituídos depois para formar o arquivo final. Isso diminui o tempo de download

* Blog do Mininova, em janeiro ** www.alexa.com

E, ainda, um quadro apresentou os números do *Mininova*: 7 bilhões de downloads em janeiro; média de 10 milhões de *downloads* por dia; 44,7 milhões de visitantes em dezembro que geraram 683,7 milhões de *pageviews* no mês; 40º maior site da internet relacionado a computadores; 14,5% dos usuários são dos EUA, o Brasil é o 6º país que mais visita o site (2,6%) da audiência.

Logo abaixo, a matéria ficou ainda mais completa com um quadro explicativo sobre o funcionamento do compartilhamento de arquivos *torrent*:

- O Mininova lista e busca entre seus usuários filmes, séries e discos com ajuda dos *torrents*, que funcionam como guias para baixar esses arquivos
- Os arquivos não ficam reunidos em um único servidor, como acontecia com o *Napster*, por exemplo, mas nos computadores de seus usuários, que formam uma subrede dentro da internet.
- Os arquivos podem ser baixados, de vários usuários ao mesmo tempo, em pedaços, reconstituídos depois para formar o arquivo final. Isso diminui o tempo de download.

Na última semana de junho, Peter Sunde, cofundador do PirateBay, esteve no Brasil participando do 10º Fisl (Fórum Internacional do Software Livre), em Porto Alegre. Sua presença no país rendeu duas entrevistas – para o *Link* e para o *Folha Informática*.

Otimista, Sunde declarou para o *Link*: “Não serei preso. Venceremos no final” (29/06/2009). Alguns trechos das entrevistas revelam o que pensa o fundador do PirateBay:

Por que você acha que a indústria ainda detém este poder se as pessoas não se interessam mais por ela?

Há duas coisas: a maioria dos países é influenciada por Hollywood, com filmes, música e programas de TV. Eles têm esse poder sobre nossas culturas e querem barrar a cultura livre. E precisamos mudar isso. Além disso, as organizações que defendem a propriedade intelectual têm munção: são ricas, poderosas e influenciam governos. Achamos que eles também são ilegais por isso.

Mas você acha que as majors e os grandes estúdios morrerão e surgirá outro tipo de indústria?

Se estas empresas não mudarem, elas vão encolher até desaparecer. O negócio é crescer ou sair. Elas têm muito dinheiro, então podem sobreviver por um futuro longo e têm muito poder entre políticos. Mas acho que as pessoas estão começando a ficar muito chateadas com essas empresas hoje.

O compartilhamento mudou a forma como as pessoas consomem e produzem cultura no mundo?

Democratizou, fez de todo mundo publicador, produtor e consumidor, de grandes títulos e pequenos. Os valores mudaram. Veja o Twitter, a Wikipedia, exemplos de como as pessoas estão cooperando em algo grande. Mudou a sociedade, que, por si só, é egoísta.

Por que você faz downloads e compartilha?

Um dos motivos é para compartilhar músicas que eu gosto, mas também acho coisas na internet que nunca tinha ouvido falar. Também baixo filmes de outros países que nunca poderia ter acesso.

Tudo na web deveria ser livre?

Tudo deveria ter livre acesso, não sei se de graça. Acho que pagar por conteúdo pode ser até OK. Por exemplo, pagar por uma assinatura mensal para ter acesso a todas as músicas do mundo por US\$ 10 mensais. Você pagaria para esse serviço. Mas o conteúdo em si, sozinho, não tem mais valor, o que não o impede de se tornar lucrativo. Pode ter preço. Quando é físico, tem preço, pois é um objeto. Quando é digital, ao invés de vender a unidade, você precisa espalhar cada vez mais.

Depois desse julgamento, qual será o futuro do PirateBay?

Vamos continuar. Mas espero que cada vez menos precisem da gente. O meu ideal é que, no futuro, as pessoas possam compartilhar de forma mais descentralizada, sem um nó central, como é o PirateBay.

(“Não serei preso. Venceremos no final”, *O Estado de S. Paulo, Link, 29/05/2009*)

Na entrevista da *Folha Informática*, publicada em 1º de julho de 2009, Sunde foi apresentado como “um símbolo de defesa da liberdade na internet”. A repórter Daniela Arrais propôs perguntas sobre: o julgamento do PirateBay, a política do Partido Pirata, as críticas das grandes corporações e dos artistas ao compartilhamento de arquivos e a lei antipirataria francesa.

SUNDE

“Nós precisamos mudar a política a longo prazo. A curto prazo, precisamos ser ativistas para quebrar o sistema ou modificá-lo para que ele funcione da maneira como deve funcionar. O que nós fazemos é desobediência civil legal. Nós não infringimos a lei. Nós fazemos coisas que ainda são legais e não devemos ser condenados.”

“Elas (as grandes corporações) não têm opção. Ou mudam ou vão perder ainda mais espaço. Elas têm que adotar novas tecnologias, inventar outras também. Elas não têm um problema de dinheiro, mas um problema de controle. As vendas continuam altas, não tanto em suporte físico, mas elas ganham dinheiro com licenciamentos para televisão, rádio. Mais gente usa a mesma música em diversos suportes. No final, elas sabem que estão perdendo controle sobre como o conteúdo está sendo espalhado. E isso as assusta.”

“São artistas que não produzem há muito tempo aqueles que se contrapõem ao compartilhamento de arquivos. Prince e Village People tentaram processar a gente. Nenhum deles está fazendo música desde os anos 1980. Mas eles se incomodam por não vender coletâneas de melhores sucessos. No entanto, sem a internet, os novos músicos não seriam nada – ela abriu possibilidades. As pessoas não vão pagar pelo que já pagaram. Em que tipo de trabalho você ganha dinheiro toda vez que alguém usa o que você fez? É assim que o copyright atua. Por 70 anos, você paga todas as vezes que usar uma obra. Imagine se você tivesse uma casa e precisasse pagar US\$1 a cada vez que entrasse nela? Não estou dizendo que as obras não devem ser pagas, mas sim que a forma como elas são pagas deve ser revista.”

(Sobre a lei antipirataria): “O que aconteceu é realmente estúpido e mostra como os políticos não têm a menor ideia do que é a internet. Se alguém entra na sua casa e rouba alguma coisa, você não consegue bloquear a rua por onde ele passou. O mesmo acontece com a internet. Se alguém faz algo supostamente ilegal, você não pode bloqueá-la. A internet não é a razão pela qual as pessoas cometem um crime, é apenas uma conexão.”

(Conselho para a indústria do entretenimento): “Diria para eles se inspirarem no Swedish Model (www.theswedishmodel.org), organização que reúne gravadoras para repensar o futuro da música. Em vez de brigar com a internet, eles querem usar as mil possibilidades que ela oferece. E, claro, conseguem ganhar dinheiro assim.”

(“Internet não é a culpada dos crimes”, *Folha de S. Paulo, Informática*, 01/07/2009)

O último assunto da entrevista renderia um boxe com mais informações sobre o *Swedish Model*, mas a reportagem não explorou o tema, que é interessante por mostrar a iniciativa de algumas gravadoras suecas que estão na contramão dos processos movidos pela indústria de entretenimento contra os serviços de compartilhamento de arquivos.

A entrevista no caderno *Informática* foi acompanhada por um pequeno boxe que destacou uma informação importante: “Empresa compra Pirate Bay”. O texto informa que o site foi vendido para a empresa Global Gaming Factory, que prometeu usar a infraestrutura para distribuir arquivos legalmente.

O anúncio da venda, por US\$ 7,8 milhões, ocorreu na véspera da publicação da reportagem e, portanto, não foi mencionado durante a entrevista, que havia ocorrido anteriormente. Em um dos parágrafos, há uma reprodução da justificativa apresentada pelos responsáveis no blog do PirateBay: “Como todos sabem, não houve muitas novidades no site nos últimos dois, três anos. É essencialmente o mesmo site. Na internet, as coisas morrem se não evoluem. Não queremos que isso aconteça.”

A *Ilustrada* deu a mesma notícia em uma breve matéria: “Pirate Bay vai ser vendido e pretende legalizar conteúdo” (01/07/2009). E um mês depois, o caderno de Variedades da *Folha de S. Paulo* retornou ao assunto com mais detalhes: “Vendido, PirateBay se torna alvo de artilharia jurídica” (01/08/2009). A venda anunciada em julho ainda estava em negociação no começo de agosto. Nesse período, o site sueco enfrentou ações na Holanda e na Itália e processos movidos pela Columbia, Disney e Universal pela distribuição de filmes e programas de TV.

Um boxe trouxe informações sobre o Kazaa, “que já foi um dos mais populares programas para troca de arquivos piratas”. O site foi relançado em julho como serviço legal, pelo qual os usuários pagam US\$ 19,98 por mês e podem baixar músicas à vontade, seguindo os passos do Napster.

Em 28 de agosto de 2009, uma nota na *Ilustrada* informa que o Mininova anunciou que limitaria os serviços de distribuição de conteúdo, em função do veredito da justiça holandesa. No dia seguinte, o mesmo caderno publicou o artigo “Condenação

do site Mininova é ineficaz” (29/08/2009), assinado por Marcelo Trásel, jornalista e professor de comunicação digital da Faculdade de Comunicação Social da PUC-RS.

O artigo afirma que, embora “à primeira vista” a indústria de entretenimento pareça estar atingindo o objetivo de impedir a distribuição ilegal de conteúdo na internet, o caso do Napster é um exemplo de que outros sites semelhantes surgiram para suprir o encerramento do primeiro serviço de compartilhamento de arquivos, que foi condenado e sem condições de pagar uma multa de U\$ 26 milhões, faliu em 2001.

André Pase, professor da PUC-SP, costuma apresentar a seguinte metáfora aos alunos: tentar conter o compartilhamento – legal ou ilegal – de informações e documentos na rede mundial de computadores por meios jurídicos é como tentar evitar o vazamento em uma represa enfiando o dedo indicador no buraco. Outros logo surgem e a represa se rompe. O motivo é simples: os responsáveis pelas trocas ilegais de arquivos não são o PirateBay ou o Mininova. Estes serviços apenas gerenciam o tráfego de documentos que seus usuários decidem compartilhar. A indústria do entretenimento, portanto, não está lutando contra empresas que se aproveitam das possibilidades oferecidas pela internet para “roubar” conteúdo protegido, mas contra toda uma cultura de compartilhamento de músicas, filmes, jogos etc., decantada ao longo dos primeiros 15 anos de popularização da rede. [...] Na era da informação, artistas e intelectuais têm acesso direto à audiência. O compartilhamento de arquivos via rede de computadores é uma adaptação do público a esse novo contexto. Resta aos legisladores seguirem os cidadãos.

(“Condenação do site Mininova é ineficaz”, *Folha de S.Paulo, Ilustrada*, 29/08/2009)

Desta forma, a *Ilustrada* expôs um artigo que defende mudanças na legislação para favorecer o consumo dos usuários de conteúdo na internet, embora em outras reportagens a posição tenha sido a defesa do mercado de entretenimento em uma campanha antipirataria.

O assunto *PirateBay* continuou rendendo com a vinda do cineasta inglês Jamie King ao Brasil, em dezembro, para participar do Seminário Internacional do Fórum da Cultura Digital Brasileira, em São Paulo. King lançou, em 2006, *Steal This Film* (Roube este filme), documentário que critica a investida de um lobby americano contra o *PirateBay* e questiona as ações empregadas pela indústria fonográfica para conter a pirataria. O filme, disponibilizado para download gratuito em www.stealthisfilm.com, já foi visto por mais de 5 milhões de pessoas.

Em 31 de maio de 2006, a polícia invadiu a sala de servidores do Pirate Bay em Estocolmo na Suécia. O documentário conta que a invasão foi resultado de uma grande jogada política, em que a Casa Branca, a pedido do MPAA (Motion Picture Association

of America), pressionou o Ministério de Relações Exteriores da Suécia para encerrar as atividades do *PirateBay*, exigindo que o problema da pirataria fosse resolvido.

O Secretário de Estado da Suécia, Dan Eliason afirmou em entrevista que houve ameaça de sanções da Organização Mundial do Comércio, caso o problema da pirataria não fosse resolvido de acordo com os interesses norte-americanos, que têm em Hollywood a maior indústria de entretenimento do mundo, cujas perdas em 2005 foram de 18,2 bilhões de dólares para a pirataria, sendo 7,1 bilhões para a pirataria na internet, segundo o documentário. “Hollywood é um negócio. A guerra contra a pirataria é uma guerra para preservar lucro” é uma das ideias apresentadas no filme.

Como as leis suecas que regulamentam o *copyright* são diferentes da legislação norte-americana, o caso despertou grande repercussão na Suécia pela tentativa dos EUA de suplantarem as leis do país. Três dias após a invasão, os servidores do *PirateBay* voltaram a funcionar e o site ficou *online* novamente. A invasão se revelou um fracasso na medida em que chamou a atenção das pessoas que não conheciam o site – o número de visitantes ao site dobrou, o número de membros do Partido Pirata também dobrou e o caso gerou um debate sobre o compartilhamento de arquivos na Suécia.

King entrevistou dezenas de jovens suecos e mostrou como a nova geração utiliza os serviços de compartilhamento de arquivos. Os responsáveis pelo *PirateBay* e por outros sites semelhantes defendem uma nova regulamentação para a propriedade intelectual e um novo modelo econômico para a indústria de entretenimento apropriando-se das novas tecnologias para a produção e distribuição cultural.

Outra visão apresentada no filme é a ideia de que os conglomerados que dominam a indústria cultural no mundo temem não somente perder lucros com a facilidade de distribuição de conteúdo gratuito ilegal, mas também temem as possibilidades dos consumidores se tornarem produtores, já que a tendência do compartilhamento de arquivos envolve a divulgação de trabalhos amadores ou profissionais de qualquer pessoa, e da cultura do *remix*, em que usuários editam e criam outras versões para uma mesma música em trabalho colaborativo.

Em entrevista ao jornalista Carlos Minuano para a *Folha Informática*, Jamie King, o cineasta que “tornou-se celebridade e um ícone da liberdade na rede”, falou sobre direitos autorais e liberdade na internet:

FOLHA – Você pode falar sobre a prisão dos criadores do Pirate Bay?

KING – O Pirate Bay, no momento que o filme foi feito, era considerado o maior tracker de BitTorrent do mundo e foi atacado pela polícia sueca devido a uma pressão feita por lobistas da indústria de distribuição de filmes sobre o governo sueco. Existem provas da participação dos Estados Unidos no caso. Eles utilizaram um documento internacional, o WTO, da OMC, que funciona como uma lista negra. Se o Pirate Bay não fosse tirado do ar pelo governo, a Suécia seria incluída na famigerada lista negra da OMC. Essa dimensão surpreendente do peer-to-peer na geopolítica nos fez ver que não estava em jogo apenas uma tecnologia, e sim algo bem mais importante, a nossa liberdade, fundamental para o desenvolvimento da sociedade.

[...]

FOLHA – Ao mesmo tempo em que se observa um movimento a favor da liberdade na internet, aumenta também a demanda por leis e maior controle. O que você pensa disso?

KING – Estamos vivendo um período tecnológico e cultural singular. E, quando chegamos a momentos como este, é uma responsabilidade de quem sonha com um novo mundo torná-lo sedutor e positivo o bastante para atrair aquelas pessoas que ainda vivem no velho mundo. Acho perigoso ver esta relação como uma luta. Este novo mundo é cada vez mais interessante para artistas e criadores, porque oferece novos modos de distribuição, um imenso público e formas renovadas de obter reconhecimento, apoio, por meio de novos modelos de negócio que estão surgindo. Precisamos lembrar que no mundo antigo nem tudo é perfeito. É nosso dever encontrar novos caminhos para que mais pessoas possam se expressar e alcançar público.

FOLHA – Qual é a sua opinião sobre a cultura digital no Brasil?

KING – Há um ditado que diz: “A grama é sempre mais verde do outro lado da cerca”. É mais ou menos o que ocorre. Os EUA e o Reino Unido olhavam para o Brasil como se aqui fosse tudo livre, mas o fato é que os problemas dos nossos cineastas e artistas são os mesmos enfrentados pelos brasileiros, por exemplo, a falta de possibilidades de distribuição, maior entrave para qualquer criador.

FOLHA – Que outros problemas são semelhantes?

KING – O sistema antigo, do qual estamos emergindo, exigia grandes quantidades de capital monetário para a reprodução de trabalhos culturais. Os jornais, por exemplo, aqui ou em qualquer lugar são propriedade de pessoas muito ricas, ou de um grupo de pessoas com muito dinheiro. Não quero dizer que sejam pessoas ruins, mas são ricos, e isso muda o que ouvem, o que podem dizer e influencia os tipos de visão que circularão no jornal. É uma consequência de um momento muito particular, no qual é preciso muito dinheiro para operar. Isso obviamente significa que diferentes grupos e ideias políticas tiveram menos representatividade. É assim no mundo todo.

O ambiente digital muda o jogo, pois agora podemos publicar essas visões, não custa mais milhões de reais, libras ou dólares. Então, para um país como o Brasil, com tanta desigualdade social, os problemas não são diferentes, são mais urgentes. Meu objetivo é justamente mostrar às comunidades, que são naturalmente muito criativas, como elas podem usar novas tecnologias para se expressarem, distribuírem seus conteúdos, serem reconhecidas e conseguirem suporte material para o seu trabalho.

FOLHA – As tentativas de controle da rede avançarão?

King – Tenho duas respostas para essa pergunta. Primeiro, para preservar o modelo antigo, os defensores do que chamo “velho mundo” exigirão a limitação ao uso de internet, vigilância total das pessoas, criminalização de atividades como copiar um CD ou um filme, e não fazem isso porque são ruins, mas porque acreditam ser o melhor modo de se estruturar uma sociedade, por isso são forçadas a tomar ações muito extremas. Eles sabem que se uma cópia escapar o que virá depois é 1 milhão de cópias. Entendo a posição deles, mas estão lutando uma batalha impossível. Infelizmente estão preparados para retirar algumas das liberdades mais fundamentais

de nossa sociedade, por uma simples falta de criatividade em termos de pensamento sobre o futuro.

FOLHA - E a segunda resposta?

KING – Eles nunca vencerão. Existem características fundamentais no período tecnológico em que vivemos. A rede não será removida e o formato digital não vai desaparecer. Os usuários consideram a censura algo danoso e sempre encontraram modos de se livrar dela.

[...]

FOLHA – Em que projeto você trabalha atualmente?

KING – Eu estou trabalhando num projeto chamado Vodo (vodo.net), que busca ajudar produtores culturais a fazerem uso das novas tecnologias. Descobrimos que, criando uma rede de comunidades de compartilhamentos de arquivos, conseguimos audiência para nossos criadores de filmes. O próximo passo é construirmos um público cada vez maior que curta fazer download de filmes livres. Estamos desenvolvendo novos modelos de negócios, novas maneiras de sustentar nossos trabalhos e famílias.

A *Folha Informática* deu espaço para uma fonte com informações importantes para a análise do assunto sob uma perspectiva política, econômica e cultural. Ao lançar o filme em 2006, Jamie King foi um dos pioneiros a tratar a questão.

A entrevista aborda os pilares do tema e aponta as tendências que os profissionais da produção cultural devem seguir para obter novas fontes de divulgação e comercialização de seu trabalho. O interessante desse discurso é que ele não somente menciona a crise da indústria e o fim de uma era, mas busca mostrar os aspectos positivos do que vem ocorrendo para o surgimento de uma época com mais oportunidades e plataformas para a livre expressão artística e intelectual.

A crítica feita por King ao monopólio da indústria cultural, incluindo o da indústria das comunicações, foi mantida pelo jornal, o que demonstra uma edição equilibrada. A entrevista apresentou informações inéditas – não abordadas nas outras reportagens analisadas neste estudo – sob uma perspectiva política, revelando os reais interesses por trás das ações movidas contra os sites piratas: o *lobby* da indústria de entretenimento norte-americana em detrimento dos direitos de livre expressão dos indivíduos e a interferência nos âmbitos políticos e jurídicos de outros países.

Um balanço da cobertura dos fatos acerca do site *PirateBay* permite a seguinte comparação:

Folha Informática – 4 matérias
Ilustrada – 4 matérias e 1 artigo
Link – 4 matérias
Caderno 2 – nenhuma matéria

O tema teve boa cobertura nos três cadernos – *Folha Informática*, *Ilustrada* e *Link* – sob ângulos diferentes: enquanto nos cadernos de Tecnologia prevaleceu um tom “simpatizante” aos fundadores do *PirateBay*, a *Ilustrada* também deu espaço para o discurso antipirataria, mas no artigo elaborado por um colaborador, a conclusão foi que a condenação a sites de compartilhamento de arquivos é ineficaz.

3.3. Cultura Livre e cultura colaborativa

Chris Anderson, editor da revista norte-americana *Wired* e autor do livro *Free*, é um dos pensadores que elabora projeções sobre as tendências na internet a partir dos conceitos da Cultura Livre.

A reportagem “Pensadores pop discutem sobre o preço do futuro” (*O Estado de S. Paulo, Link, 06/07/2009*) falou sobre o lançamento do livro *Free*, embora não faça uma associação entre o pensamento de Anderson e as teorias da Cultura Livre.

Nem bem o novo livro de Chris Anderson saiu e ele já causa polêmica. Editor da revista *Wired*, Anderson criou o conceito da “cauda longa” no livro de mesmo nome (publicado pela editora Campus), em que adapta preceitos econômicos para a era digital. Nele, o autor compara os estágios da indústria cultural antes de depois da internet para sacramentar que estamos saindo da era do mercado de massas para a do mercado de nichos.

Free (trocadilho de “livre” e “gratuito” em inglês), o novo livro de Anderson que será lançado amanhã nos EUA, vai além. Vislumbra que a batalha dos preços dos produtos está passando por uma mudança radical, em que a disputa deixa de ser entre quem tem o preço mais baixo e passa a ser entre quem cobra algo e quem não cobra nada.

(“Pensadores pop discutem sobre o preço do futuro”, *O Estado de S. Paulo, Link, 06/07/2009*)

A reportagem, de Alexandre Matias, citou que Malcolm Gladwell, autor de *O Ponto de Virada* e *Fora de Série* e colunista da revista *New Yorker*, dedicou um texto para criticar o livro de Anderson. Já Seth Godin, “um dos principais pensadores do universo digital”, disse que Gladwell está errado: “Como todas as indústrias que estão morrendo, os velhos modelos irão reclamar, criticar e demonizar o novo. Não vai funcionar. A razão é simples: Num mundo livre / gratuito, todos podem participar. E isso é uma mudança enorme.”

Andrew Keen, autor de *O Culto do Amador*, defende outro ponto de vista, de acordo com a reportagem “Vida digital: O evangelho do antiChris Anderson” (*O Estado de S. Paulo, Link, 27/09/2009*):

"O que eu critico é a ideia de que não há nada além do mercado livre, que não há espaço para a cultura já que livrarias, museus, jornais serão extintos. O que sobrarão são superlojas digitais. A digitalização tira os custos, mas também tira o dinheiro da jogada. Há um sentimento de que o consumidor ganha por causa da conveniência, mas, na verdade, ele perde porque não haverá como cobrir os custos de fazer um produto com qualidade."

Ou seja, a cultura digitalizada – sejam filmes, músicas ou livros – traz consequências graves. Com preços baixos, o trabalho daqueles que ficam entre o consumidor e o autor, os intermediários, é menosprezado. E são estes que fazem com que estes bens culturais cheguem às prateleiras com qualidade. "A tecnologia se tornou uma espécie de religião", diz, referindo-se ao fervor de entusiastas do conteúdo digital.

("Vida digital: O evangelho do antiChris Anderson", *O Estado de S. Paulo, Link*, 27/09/2009)

Em "Andrew Keen combate amadorismo na internet" (*O Estado de S. Paulo, Caderno 2*, 11/09/2009), o repórter Ubiratan Brasil falou sobre a participação do pesquisador inglês no debate Banalização da Cultura na Era da Rede Global, no Rio de Janeiro, ocorrida na data de publicação da reportagem.

"Juntos, formamos o grupo crítico contra a ideologia de tecno-utópicos como Lawrence Lessig e Chris Anderson", disse Keen ao repórter, referindo-se a Susan Greenberg, professora de neurociência da Universidade de Oxford, e John Freeman, editor da revista *Granta*.

O pesquisador inglês não se indispõe contra a tecnologia em si, mas contra a chamada web 2.0, baseada no conteúdo feito por usuários, seja em blogs ou em sites, como YouTube e Wikipédia. "Gosto da irreverência e da energia encontradas na web e, subversivo como sou, adoro acompanhar o espetáculo da insubordinação", reconhece. "Mas, as pessoas que me apoiam (professores, bibliotecários, pais), também reconhecem o malefício aos jovens com a desaparecimento de culturas intermediárias e com o domínio de portais de informação rasa como Wikipédia."

("Andrew Keen combate amadorismo da internet", *O Estado de S. Paulo, Caderno 2*, 11/09/2009)

As ideias presentes na Cultura colaborativa foram abordadas em "Criação livre" (*Folha de S. Paulo, Informática*, 28/01/2009), com o complemento na linha fina: "Em reação à política de direitos autorais, Internet traz recursos para produção coletiva". O repórter Gustavo Villas Boas retratou o cenário da criação colaborativa em diversos meios culturais: música, literatura, cinema, softwares, artes visuais e animação.

Baixar MP3, assistir a vídeos e copiar softwares não são simplesmente pirataria. Enquanto parte da indústria se esforça para impedir que suas obras circulem sem que ela tenha o controle (e o lucro), movimentos que contam com a ajuda de milhões de anônimos investem em direitos autorais flexíveis para expandir a cultura livre.

Artistas famosos já aderiram à ideia, que foi discutida em um encontro que aconteceu antes do Fórum Social mundial de Belém, que começa hoje [28/01/2009].

"Criação livre" (*Folha de S. Paulo, Informática*, 28/01/2009)

3.4. Os artistas e a internet – uma relação proveitosa ou conflituosa?

Para completar o panorama da difusão musical na internet, a visão dos artistas é fundamental e para mostrar, de fato, o quanto a questão é complexa, os artistas entrevistados apresentaram opiniões tão diversas que os posicionaram ora ao lado dos que combatem a pirataria e se sentem prejudicados, ora em concordância com os defensores da cultura livre, e ainda como beneficiários de um novo meio para divulgação de seu trabalho.

Dessa forma, a análise de conteúdo a seguir agrupará as reportagens de acordo com as posições dos músicos a respeito.

3.4.1 – Artistas que utilizam a internet como canal de divulgação

Alguns artistas começaram a fazer sucesso a partir da divulgação na internet. Outros já famosos tiveram experiências bem sucedidas ao disponibilizar conteúdo no ciberespaço. Muitos deles foram citados em reportagens: Lilly Allen, Hermeto Pascoal, Marlos Nobre, Neil Young, Coldplay, Gilberto Gil, Radiohead, Arctic Monkeys, Nine Inch Nails, Susan Boyle, Pitty, Bob Dylan e Ed Motta.

E há o caso de integrantes de bandas que se conheceram por meio da internet e vem conquistando fãs neste meio. A matéria “As meninas da banda” (*O Estado de S. Paulo, Caderno 2, 17/04/2009*) cita as histórias das bandas Fake Number, Lipstick, Agnela, Papo de Gato e Belle.

Lily Allen

A cantora inglesa foi uma das artistas mais citadas em reportagens sobre o assunto, já que é um notório caso de sucesso que surgiu por meio da internet. Ela é considerada um dos primeiros artistas a ganhar popularidade na web, conquistando fãs ao divulgar suas primeiras canções no site MySpace em 2005. A partir de então, passou

a figurar como artista do *mainstream*, lançou dois álbuns por uma grande gravadora, a EMI, e adotou o discurso antipirataria.

Por ocasião do lançamento do segundo disco da cantora, a *Ilustrada* publicou a reportagem “Quanto vale Lily” (07/01/2009). “Cantora, que vendeu mais de 2 milhões de cópias em sua estreia, é a esperança de gravadora para sair de crise em 2009.”

A reportagem, de Thiago Ney, analisa o lançamento do segundo CD da cantora, “*It’s Not Me, It’s You*”, como uma estratégia da gravadora EMI para sair da crise pela qual estaria passando há alguns anos, já que o primeiro disco da cantora vendeu mais de 2 milhões de cópias. O repórter iniciou o texto com a frase: “Lily Allen começa a invadir as veias do mercado pop – impulsionada pela máquina marqueteira de seus agentes e gravadora.” O texto passa a ideia de como a indústria fonográfica se apropria de tudo o que possa gerar lucro – uma artista que “caiu no gosto popular”, de forma não-convencional e espontânea, tornou-se “arma” de uma “máquina marqueteira”.

As informações da matéria mostram como a internet pode ser um canal rentável ou dispendioso para os artistas, que nem sempre estão satisfeitos com os acordos estipulados em contratos pelas gravadoras:

Terceira menor entre as quatro grandes gravadoras (atrás de Universal e Sony/BMG; à frente da Warner), a inglesa EMI aposta muitas de suas fichas em 2009 em “*It’s Not Me, It’s You*”, o segundo de Allen.

Em maio de 2007, em um momento turbulento para a companhia, que vinha perdendo espaço no mercado de discos, a EMI foi vendida por US\$ 4,7 bilhões para o fundo de capital fechado Terra Firma. Após a negociação, artistas como Paul McCartney, Rolling Stones e Radiohead deixaram a casa. Hoje a EMI tem em seu cast nomes como Coldplay, Kanye West e Katy Perry. [...]

(“Quanto vale Lily”, *Folha de S. Paulo, Ilustrada*, 07/01/2009)

O jornalista Thiago Ney soube explorar a pauta de forma interessante. A matéria poderia ser uma edição do *press release* do álbum e comentar o lançamento sob o ponto de vista artístico. Mas o jornalista foi além e contextualizou o cenário da gravadora, vislumbrando o caso como uma amostra para entender o panorama musical atual.

“*It’s Not Me, It’s You*” está pronto há pelo menos seis meses, mas a gravadora seguiu o lançamento do álbum para o início de 2009 – época em que a competição por vendas é menos acirrada.

O primeiro single, “*The Fear*”, foi colocado pela própria Parlophone (subsidiária da EMI) no YouTube. A música está em rotação nas rádios e Lily Allen já iniciou a divulgação do disco – concedeu enorme entrevista ao jornal britânico “*Observer*”, por exemplo.

A cantora afirmou há semanas que entrou em colisão com a estratégia promocional da gravadora. Allen gravou, de forma caseira, uma versão de “Womanizer”, faixa de Britney Spears. A música foi tocada em rádios e espalhou-se pela internet. Segundo ela, a gravadora não gostou do episódio, pois atrapalharia a divulgação de “It’s Not Me, It’s You”. A própria cantora colocou no MySpace algumas versões de canções que estarão no disco. Uma delas é o single “The Fear”. Outra era “Everyone as It”, que já foi tirada do site.

(Idem)

Segundo a reportagem, o MySpace divulgou que Lily Allen foi a quinta personalidade musical mais popular do site em 2008 – com mais de 453 mil amigos.

A Ilustrada voltou a citar Lilly Allen em mais duas reportagens. Em uma delas, “Ascensão e Queda do Myspace” (17/08/2009), é citada como uma das revelações que “explodiu” após colocar suas canções na rede social. O tema principal é o lançamento do livro *“Stealing Myspace – The Battle to Control The Most Popular Website in America* (Roubar o MySpace – a batalha para controlar o site mais poderoso dos EUA).

A autora Julia Angwin conta a trajetória da rede social, criada por Chris DeWolfe e Tom Anderson em 2003, que foi trampolim para várias bandas e artistas e fala sobre os problemas do site e a concorrência com o Facebook. A cantora Mallu Magalhães foi apontada como o maior fenômeno brasileiro do MySpace.

“Lily Allen usa Twitter para ameaçar blogueiro” (28/08/2009) é outra matéria da Ilustrada que fala sobre a cantora e sua relação com a internet e as redes sociais, além de comentar os shows agendados em São Paulo e no Rio de Janeiro no mês seguinte. O destaque da reportagem foi a resposta que ela divulgou no Twitter para as críticas publicadas pelo blogueiro Perez Hilton. A história exemplifica como a internet e as redes sociais modificaram a relação dos artistas com a imprensa e com o público. Thiago Ney descreve a artista como: “essa cantora de 24 anos é um dos mais bem-sucedidos produtos da música pop em tempos de MySpace-blogs-Twitter-YouTube.

A cantora foi citada outras vezes por Thiago Ney na Coluna Conexão Pop, que terá um capítulo específico para análise.

Hermeto Pascoal

No título da reportagem “Hermeto Pascoal libera sua música para fluir ao vento, como pétalas” (*O Estado de S. Paulo, Link*, 30/03/2009), o repórter Lucas Pretti utilizou a metáfora enunciada por Hermeto na declaração: “Minhas músicas são pétalas soltas,

estão voando por aí.” A linha fina completou: “Gênio alagoano cede seus direitos autorais para disponibilizar toda a discografia em seu site.”

Hermeto colocou os 34 álbuns, lançados ao longo de sua carreira, no site oficial (www.hermetopascoal.com.br), de forma gratuita. O texto expôs uma visão favorável à iniciativa do músico e estabeleceu uma associação entre a trajetória de Hermeto – um artista de vanguarda e inovador nas composições, desde o início da carreira na década de 70, com a mesma concepção de liberdade, nos anos 2000, quanto à distribuição de música.

A ideia de liberdade já estava desde então algo relacionada com a disseminação, a distribuição, a pulverização das composições. Um jargão famoso de Hermeto é a frase “tudo é música”. Se qualquer um faz música com qualquer coisa (objetos, plantas, voz, etc.) – e portanto as músicas dele são livres por natureza –, temos uma espécie de música de “código aberto”, colaborativa, termos comuns para leitores do noticiário de tecnologia e que desapareceram da música comercial antes do MP3.

(“Hermeto Pascoal libera sua música para fluir ao vento, como pétalas”, *O Estado de S.Paulo*, Link, 30/03/2009)

Marlos Nobre

O compositor Marlos Nobre é outro músico com carreira já sedimentada que, aos 70 anos, cedeu ao apelo da divulgação *online* – mantém perfil no Orkut e disponibiliza vídeos no YouTube, com o objetivo de se aproximar do público.

Em “Nas malhas da internet, aos 70 anos” (*O Estado de S. Paulo*, Caderno 2, 30/03/2009), a repórter Roberta Pennafort afirmou que o “compositor brasileiro de música clássica (ou 'de concerto', como ele prefere) mais tocado no mundo” surpreendeu fãs e discípulos ao aderir à rede para promover a venda de suas partituras.

Ele acaba de fazer 70 anos, mas a idade não o afasta de modernidades” como o Orkut, dos quais virou fã graças à filha Karina, de 15 anos. Nobre descobriu que a rede é ótimo meio para democratizar sua produção, muito procurada pelos tais estudantes de música de 20 e poucos anos. “Karina revolucionou tudo. Sem ela, estaria de fora do que acontece”, conta o compositor e pianista pernambucano, [...]. “Eu recebo mensagens engraçadas, dizendo: ‘Marlos Nobre, estou escrevendo porque não acredito que seja você.’ A juventude é muito receptiva e carinhosa.”

(“Nas malhas da internet aos 70 anos”, *O Estado de S. Paulo*, Caderno 2, 30/03/2009)

O músico investiu na digitalização de suas partituras para vendê-las por email e afirmou: “Vou vender na internet a preços baixos. Não dou de graça porque acho que música de graça é desgraça. Tudo o que é de graça não vale nada”.

Ele postou alguns vídeos de concertos no YouTube, já que seu trabalho é mais conhecido no exterior. Lançou 45 álbuns, a maioria fora do Brasil. “Nenhum deles você encontra aqui. Quando viajo, compro e trago. Coloquei as gravações no YouTube porque os estudantes não têm dinheiro para comprar um disco na Amazon.com por €40”, explicou Nobre.

O *Caderno 2* escolheu uma pauta interessante, que mostra como os músicos estão se adaptando ao novos tempos, renovando e ampliando o contato com novos fãs.

Jota Quest

A banda fez uma associação entre a divulgação nas mídias tradicionais e os novos canais em suportes como internet e telefones celulares. Em “Já se foi o tempo de apontar o dedo” (13/04/2009), o *Link* contou como a banda vem desenvolvendo novas maneiras de se relacionar com o público por meio da internet.

O grupo lançou no site oficial todos os discos para escutar (não para “baixar”) e, vinte dias antes do lançamento do último disco, *La Plata*, colocou as músicas no MySpace em formato *streaming*^[21]. Os músicos aderiram às redes sociais – Twitter, YouTube, Flickr, blog e Orkut – por onde promoveram uma votação entre os fãs para decidir qual seria a música de trabalho do então recém-lançado CD.

A venda de músicas em celular foi maior do que a de CDs. O disco *Até Onde Vai* vendeu 150 mil cópias em CD e, no celular, foram 800 mil. E o último CD, na ocasião em que foi produzida a reportagem, havia vendido 40 mil no formato físico e 280 mil no celular.

Como é que vocês estão fazendo com esse negócio de internet? O MP3 ferrou vocês?" É só ser reconhecido na rua que, batata, Rogério Flausino, de 40 anos, vocalista do Jota Quest, já é questionado quanto ao futuro da música e da própria banda numa época em que trocar arquivos na rede, mesmo ilegalmente, se tornou corriqueiro. "Todo mundo quer saber. Ontem mesmo um taxista veio com essa."

A resposta não é fácil. Por um lado, a internet fez as vendas de CDs despencarem. Se, em 1998, a banda comercializou 800 mil cópias do álbum *De Volta ao Planeta*, em 2008, foram só 40 mil com *La Plata*. Por outro lado, a mesma web também permitiu ao Jota Quest ficar mais próximo do público e o MP3, amaldiçoado como o responsável por esraçalhar com a indústria fonográfica, já fez o grupo vender 1 milhão de celulares com músicas embarcadas.

Entre esses dois extremos, a banda, um quinteto formado em 1993 e contratado pela Sony em 1996, é mais otimista que pessimista. Para eles, defensores das gravadoras mesmo no novo cenário, a questão da pirataria tende a se resolver e o futuro – por que não o presente? – da música é mesmo na internet.

(“Já se foi o tempo de apontar o dedo”, *O Estado de S. Paulo*, Link, 13/04/2009)

Os integrantes da banda opinam: "A base principal de qualquer trabalho artístico hoje é a rede. Quando as pessoas querem buscar um som, vão ao MySpace, YouTube", analisa o vocalista Rogério Flausino. "O principal objetivo é alimentar o fã, mas atraímos também outros públicos. A rede é instantânea, não precisa esperar jornal, TV para divulgar, disse o baixista PJ.

Essas informações reverberam em outros blogs, no MySpace e no Orkut. E essa é a ideia mesmo. "Os fãs também divulgam a gente e ajudam a levar as novidades", explica Rogério. Para tanto, o MySpace dos rapazes, inclusive, tem um banner que pode ser colocado em outros perfis do MySpace – tática típica de banda independente. [...]

Nesse sentido, constatam que a barreira entre bandas do mainstream, como o Jota Quest, e undergrounds está caindo. Na web, a hierarquia é a mesma, com as mesmas possibilidades de divulgação. "Ficamos de olho no que os independentes fazem, como se divulgam", diz Rogério. "Mas a questão é que a maioria das bandas não quer ser pequena. A web é só um ponto de partida, é preciso tocar em rádio, ter divulgação. Isso ainda faz muita diferença."

(Idem)

Os músicos do Jota Quest enfatizam que as gravadoras ainda são fundamentais para fazer o contato com as mídias tradicionais e para custear a produção do disco. Eles acreditam que algumas experiências funcionam para bandas já estabelecidas, mas para os artistas novos é mais complicado se projetar sem uma gravadora.

Uma alternativa sugerida por eles seria um acordo entre gravadoras, portais e patrocinadores para os usuários “baixarem à vontade”, de graça ou pagando pouco, num modelo parecido com o da gravadora Trama.

"A crise está no modelo. Ninguém mais quer comprar CD, ele perdeu valor. Eu mesmo só escuto músicas em MP3. É dureza digitalizar o CD", disse PJ, que confessou "baixar, mas também comprar música".

"Já se foi o tempo de apontar o dedo para os internautas e chamá-los de criminosos. O ideal seria se as grandes empresas pagassem. Os consumidores agradeceriam e os artistas e gravadoras seriam pagos."

Neil Young

A reportagem “Pé na Tábua” (*Folha de S. Paulo, Ilustrada*, 21/04/2009) informou que o cantor e compositor canadense Neil Young colocou seu 34º álbum no *MySpace* de graça na semana anterior ao lançamento e, alguns dias depois, manteve metade do disco *online*. Embora o fato tenha sido mencionado no texto, não houve um tratamento mais extenso do tema.

Coldplay

A *Ilustrada* publicou uma nota a respeito da iniciativa da banda inglesa Coldplay em disponibilizar o disco ao vivo “LeftRightLeft-RightLeft” para download gratuito em seu site oficial e distribuir o CD aos fãs que fossem aos shows. “Tocar ao vivo é o que amamos. Este álbum é um “obrigado” para os nossos fãs – as pessoas que nos dão uma razão para fazer e acontecer”, disse o grupo em comunicado oficial. (“Coldplay libera disco ao vivo para download”, *Folha de S. Paulo, Ilustrada*, 19/05/2009)

Gilberto Gil

Em sua gestão como Ministro da Cultura, Gilberto Gil levantou a discussão sobre a relação entre as novas tecnologias e a cultura, com um discurso flexível e favorável à democratização da arte, da informação e do conhecimento por meio da internet.

Em sua carreira como músico, o tema da tecnologia esteve presente nas letras de músicas, assim como nas estratégias de divulgação. Em janeiro de 2009, ele participou como palestrante da Campus Party, em São Paulo:

O músico lembrou sua ligação com a tecnologia, que começou na infância, ao entender como funcionava seu próprio corpo, e alcançou maturidade em sua expressão artística – com músicas como “Cérebro Eletrônico” e o disco “Banda Larga Cordel” – e no trabalho político.

Entre vários assuntos, Gil falou sobre o projeto de lei do senador Eduardo Azeredo, para identificação de usuários na internet: “As ordens são aquilo que nós fazemos. Esses que defendem essa ordem rígida agora estão com medo da internet. Acha que é o lugar do caos absoluto, ameaça à moralidade, o paraíso da nova criminalidade – eles defendem uma internet cada vez mais fechada.”

(“Em bate-papo, Gilberto Gil defende liberdade na rede”, *Folha de S. Paulo, Informática*, 28/01/2009)

Na mesma edição, porém em outra matéria, o caderno falou um pouco mais sobre a postura de Gil em relação ao tema:

No Brasil, o grande exemplo de artista que apoia a ideia de cultura livre é Gilberto Gil. Além de incentivar que os espectadores de seus shows filmem e produzam conteúdo da turnê de seu álbum mais recente, “Banda Larga Cordel” (www.bandalargacordel.com.br), o ex-ministro da Cultura fez uma promoção em que incentiva fãs a cantarem suas músicas. Um canal no YouTube recebe as performances. Absolutamente na contramão da iniciativa do site, que, pressionado por gravadoras, começou a calar o som de vídeos que usam músicas com direitos autorais restritos.

(“Músicos pedem que fãs editem conteúdo”, *Folha de S. Paulo, Folha Informática*, 28/01/2009)

Nine Inch Nails

O grupo aderiu à cultura colaborativa e colocou na rede um filme em alta definição de sua turnê que pode ser modificado por internautas, disponibilizou álbuns de forma gratuita, sob a licença *Creative Commons*, e organizou um fórum para auxiliar os fãs com downloads e dicas. “O diretor de arte da banda, Rob Sheridan, deixou claro o propósito da liberação do conteúdo. O material foi lançado 'com a esperança de que os fãs vão se juntar para editar uma vasta variedade de conteúdo em vídeo, de clipes musicais a DVDs completos.” (“Músicos pedem que fãs editem conteúdo”, *Folha de S. Paulo, Folha Informática*, 28/01/2009)

Radiohead

“O Radiohead, que faz show no Brasil neste ano, também investiu no poder criativo dos fãs para divulgar seu trabalho. Depois de causar furor ao lançar o álbum “In Rainbows” no modelo pague o quanto quiser, o grupo liberou os dados e as ferramentas para que qualquer um editasse e recriasse o clipe futurista “House of Cards”. E quem criou um filme com o material ganhou um canal no YouTube. (“Músicos pedem que fãs editem conteúdo”, *Folha de S. Paulo, Informática*, 28/01/2009)

O *Caderno 2* apontou que a forma de lançamento de In Rainbows foi “inovadora”:

"Não funcionaria com qualquer banda, especialmente as que estão começando, mas para um grupo estabelecido como o Radiohead - para quem o dinheiro não é realmente uma preocupação - acho que é um passo interessante e criativo. Por sinal, a banda inglesa The Charlatans decidiu fazer exatamente a mesma coisa, mas eles tiveram a má sorte de anunciar seus planos apenas algumas horas antes do Radiohead, e o Radiohead atraiu toda a atenção", disse Robert Dimery, editor do

livro *1001 Discos para Ouvir Antes de Morrer*, que destaca cinco discos do Radiohead.

Em entrevista ao programa de TV Fantástico, o guitarrista Ed O'Brien disse que os resultados da estratégia foram surpreendentes, e que os brasileiros estão entre os que menos pagaram para ter o álbum.

(“Chegou o expresso da angústia”, *O Estado de S. Paulo, Caderno 2*, 20/03/2009)

Em entrevista para o *Caderno 2*, o cantor e compositor Caetano Veloso comentou a iniciativa da banda inglesa:

Fã do Radiohead (ficou encantado com o show da banda), ele acha viável um artista brasileiro disponibilizar um álbum para download na internet, como foi feito com In Rainbows (baixado por ele de graça e depois comprado na loja). Quer se informar mais sobre como lidar com a questão.

(“Eu tenho saudade de São Paulo”, *O Estado de S. Paulo, Caderno 2*, 15/04/2009)

Julian Casablancas

O vocalista da banda Strokes lançou um álbum solo, mas antes liberou algumas faixas no MySpace. “Antes mesmo de o CD ser lançado no Brasil, mais de 350 mil pessoas já tinham ouvido a música. Dias depois, foi disponibilizada na mesma página uma segunda faixa, *River of Brakelights*, com mais de 90 mil acessos.” (“Disco solo do vocalista dos Strokes sai no País”, *O Estado de S. Paulo, Caderno 2*, 13/11/2009)

Lucas Santtana

“Compositor apresenta seu quarto disco no Sesc Pompeia, aproveitando riqueza da internet” diz a linha fina da matéria “A voz e o violão de Lucas Santtana” (*O Estado de S. Paulo, Caderno 2*, 04/09/2009), assinada pelo repórter Lucas Nóbile:

Mergulhado na era da superinformação, o compositor observa hoje um avanço e uma influência significativos na relação entre criação artística e mundo virtual. Ele conta que mal tinha acabado de lançar seu último disco, e um rapaz de São Carlos, no interior de São Paulo, enviou-lhe um remix que havia feito de uma música de seu penúltimo CD, *3 Sessions in a Greenhouse*. Coerente com o discurso do autor, *Sem Nostalgia* está disponível na internet, no www.diginois.com.br, site do compositor criado em 2006, pelo qual o público pode ouvir os discos, baixá-los e remixá-los da maneira que bem entender. “Eu acho fundamental esse diálogo. Cada vez que alguém faz um remix, o disco renasce, ele está sempre vivo. Eu mesmo sempre curti baixar música de outros artistas, recortar e colar algumas partes, queria que os outros pudessem fazer isso com minha obra também. A internet quebra essas barreiras. O computador não é uma televisão com a qual você interage passivamente”, comenta o compositor.

(“A voz e o violão de Lucas Santtana, sem amarras”, *O Estado de S. Paulo, Caderno 2*, 04/09/2009)

Claudia Dorei

A matéria “Claudia Dorei lança *Respire*, que já estava na rede” fala sobre a iniciativa da cantora em liberar o álbum para download grátis antes de lançá-lo em CD. A cantora faz um balanço positivo do fato: “Fiquei impressionada, emocionada de ver a galera cantando as músicas num show que fiz no Tapas”.

Ed Motta

O cantor e compositor colocou a canção *Mensalidade* na rede disponível para download para promover o lançamento do álbum *Piquenique*. O repórter Lauro Lisboa Garcia frisa, no entanto, que “na contramão da história do fim do CD, da veiculação de música avulsa, com *Piquenique* Motta se junta a vários compositores que lançaram ótimos álbuns em 2009 em torno de um conceito, uma boa ideia.” (“Ed Motta de volta à pista influenciado por Rita Lee”, *O Estado de S. Paulo, Caderno 2*, 12/11/2009)

Arnaldo Antunes

Em entrevista para o *Caderno 2*, o cantor e compositor deu opinião favorável para o consumo da música na internet.

Acho maravilhoso o acesso livre a qualquer tipo de informação. Parece um sonho. Na minha infância, juntava dinheiro para comprar um disco. Hoje, o acesso é fácil. Tenho, sem dúvida, um público muito maior em shows depois que a minha música passou a ser veiculada na internet . contudo, o artista viver do seu trabalho é uma conquista social. Há que se equacionar isso. Eu, particularmente, baixo música e ainda compro discos. Porque baixar músicas individualmente faz com que se perca o conceito do álbum. E eu acho isso sem graça. Sou apegado a pensar cada disco meu como um conjunto de canções com um conceito em comum.

(“Não sou um saudosista”, *O Estado de S. Paulo, Caderno 2*, 28/09/2010)

Susan Boyle

Uma das revelações musicais mais comentadas em 2009 foi a cantora escocesa Susan Boyle. Em abril, a cantora participou do programa de calouros *Britain's Got Talent*, transmitido pela rede de televisão britânica ITV, e o vídeo da apresentação teve milhões de acessos na internet. Este caso mostra a convergência de mídias a favor da difusão cultural, em que um meio não suplanta o outro, mas soma e amplia o poder de alcance. Sua primeira aparição foi em um programa de TV. Em seguida, o sucesso na

internet a levou a ser convidada para vários programas de TV, como o de Oprah Winfrey e Larry King . A repercussão de sua história atraiu a audiência para a disputa final do programa. Embora tenha perdido a primeira colocação para um grupo de dança, a cantora ficou célebre e, mais adiante, lançou um disco por uma grande gravadora.

É um caso emblemático de como os artistas surgem e alcançam sucesso valendo-se tanto das novas mídias quanto do formato tradicional de difusão musical.

Ao aparecer no programa, Susan Boyle foi alvo de risadas do júri e da plateia, movidos por um pré-julgamento baseado na aparência da candidata, que surpreendeu a todos com seu talento quando começou a cantar. A história foi contada pelo repórter Pedro Dias Leite, na reportagem “‘Claro que vai ter disco’, diz o ‘dono’ de Susan Boyle” (*Folha de S. Paulo, Ilustrada*, 23/04/2009). A linha fina explicou que o termo 'dono' usado no título referia-se a Simon Cowell, que detém os direitos musicais da cantora.

O texto trouxe ainda expressões como “fenômeno britânico” e “estouro na rede” para se referir à cantora.

Faz menos de duas semanas que a escocesa de 48 anos, cabelos grisalhos desgrenhados e aparência desleixada que escondem uma voz arrasadora, subiu no palco do show de calouros “Britain’s Got Talent” para cantar “I Dreamed a Dream” (sonhei um sonho), mas aquele sábado à noite é passado distante na era da internet. A pergunta agora é: o que será de Susan Boyle?

“É claro que vai haver um disco”, disse Cowell, amparado por mais de 75 milhões de visualizações do vídeo de Boyle no YouTube (que os tabloides ingleses anunciam como mais de 100 milhões).

(“ ‘Claro que vai ter disco’, diz o ‘dono’”, *Folha de S. Paulo, Ilustrada*, 23/04/2009)

Ao final da reportagem, há uma nota que interpretou a história e atribuiu o sucesso de Boyle ao empresário Simon Cowell. A escolha da palavra 'dono' no título já deixou explícita essa opinião:

EMPRESÁRIO ESTÁ POR TRÁS DE EXPLOSÃO

Susan Boyle pode ter talento, mas, por trás de sua explosão, está Simon Cowell, jurado e dono de participações em uma série de programas na TV anglo-americana, como “American Idol”. Boyle já havia tentado outras vezes, mas foi só no programa de Cowell que ela atingiu a fama. A campanha publicitária levou o jornal “The Times” a questionar se é “Cowell quem tem talento”. Foi ele quem garantiu a presença de Boyle na mídia americana. Ela já negocia aparição no programa de Oprah Winfrey.”

(Idem)

No dia da etapa final do programa (30/05/2009), a *Ilustrada* publicou: “Susan Boyle enfrenta desafio final”. “Cantora sensação da internet concorre com dez artistas em 'Britain's Got Talent', hoje; show deve vazar para o YouTube”. Para se referir à cantora, a repórter Fernanda Ezabella utilizou as desnecessárias expressões como “a desengonçada porém incrível cantora sensação da internet”, “a escocesa que diz nunca ter beijado ninguém” e “a solteirona de Blackburn”.

Já o lançamento do CD, alguns meses depois, ganhou a reportagem: “Estreia em disco de Susan Boyle, 48, bate recorde de pré-venda” (*Folha de S. Paulo, Ilustrada*, 26/11/2009). O jornalista Thiago Ney afirmou que a fama de Boyle ficou maior do que a do programa que a consagrou.

"I Dreamed a Dream" é o nome do álbum, que bateu recorde como o disco que teve o maior número de pré-vendas da história da Amazon – a empresa não divulgou números, mas especula-se que tenha batido nos 150 mil pedidos. Em tempos de escassez na indústria da música, Boyle é um investimento seguro. Seus vídeos no YouTube já ultrapassaram as 100 milhões de visualizações. Os shows dificilmente são realizados com lugares disponíveis na plateia. E até foi mencionada em "Simpsons".

(“Estreia em disco de Susan Boyle, 48, bate recorde de pré-venda”, *Folha de S. Paulo, Ilustrada*, 26/11/2009)

O artigo “Fama instantânea, do tipo que se conquista” de Kevin Delaney, publicado originalmente no jornal americano *The New York Times* e, em seguida, também publicado na *Folha de S. Paulo*, em 18 de janeiro de 2010, apresentou mais informações sobre o desenrolar da carreira de Susan Boyle:

Em uma era de reality shows e vídeos, quase qualquer pessoa com a combinação certa de entusiasmo, atrevimento, ritmo e exposição pode reivindicar um momento de estrelato. Mas então, como qualquer um no show business nos últimos séculos pode confirmar, determinar quem tem poder de permanência é um eterno mistério. Famosos instantâneos recentes, porém, podem ajudar a esclarecer por que alguns conseguem despertar o interesse das massas durante mais tempo que outros.

Susan Boyle, participante do programa "Britain's Got Talent", provocou risinhos zombeteiros da plateia quando subiu ao palco do programa, em abril passado. Mas, quando ela abriu a boca para cantar, a multidão ficou atônita, em um silêncio enlevado, e sua comovedora interpretação da canção "I Dreamed a Dream" se tornou um sucesso imediato no YouTube.

Mas, diferentemente de muitas outras sensações instantâneas da web, sua fama não desapareceu na manhã seguinte. O vídeo de sua apresentação foi assistido mais de 310 milhões de vezes, e no mês passado seu primeiro CD tornou-se a estreia de vendagem mais rápida na história britânica, enquanto disparava para o número 1 em Estados Unidos, Austrália, Canadá, Irlanda e Nova Zelândia.

(“Fama instantânea, do tipo que se conquista”, *Folha de S. Paulo, Caderno The New York Times*, 18/01/2010)

O *Caderno 2* também cobriu o assunto na reportagem “A escalada surreal da esquisitona”(23/04/2009). “Revelada na TV britânica, a escocesa Susan Boyle, dona de um vozeirão, vira febre na web e emociona o mundo”. A matéria traz as algumas informações semelhantes à reportagem da Folha em um texto breve e conciso.

3.4.2. Artistas que defendem música gratuita

Este é o título de uma nota publicada pelo *Caderno 2*, em 13/03/2009, que informa sobre a ação de um grupo de artistas, formado por Ed O’Brien, Robbie Williams, Annie Lennox e Billy Bragg, que criticou uma proposta em tornar crime o ato de baixar músicas pela internet.

3.4.3. Artistas que estimulam a pirataria

A *Ilustrada* publicou duas matérias sobre artistas que estão estimulando a venda de CDs piratas de seus álbuns. “Pirataria é instrumento essencial de divulgação” (*Folha de S. Paulo, Ilustrada*, 02/10/2009), fala sobre a banda popular no Pará, AR-15, que grava faixas em casa, entrega a camelôs e fatura com a venda de ingressos de shows.

Já em “Banda funciona como uma grande empresa” (*Folha de S. Paulo, Ilustrada*, 18/10/2009), é o grupo cearense Aviões do Forró que faz uso do mesmo recurso.

Embora as histórias não estejam relacionadas com a pirataria na internet, elas exemplificam o comportamento de artistas e de público consumidor diante do acesso à música.

A busca pela promoção artística foi levada ao extremo por um grupo de músicos que utilizou cartões de crédito roubados e clonados para a compra de suas próprias canções na internet. A *Folha Informática* publicou uma nota que não revela a identidade dos criminosos:

As polícias inglesa e norte-americana prenderam um grupo de nove pessoas acusado de comprar as próprias músicas em lojas virtuais usando cartões de crédito roubados.

Composta por três mulheres e seis homens – incluindo um DJ que compôs as canções -, a quadrilha arrecadou mais de US\$ 300 mil em direitos autorais na

Amazon e na iTunes Store, da Apple, segundo o “Times”. Os criminosos estão presos sob acusação de conspiração para fraude e lavagem de dinheiro.

(“Em fraude, grupo compra as próprias músicas”, *Folha de S. Paulo, Informática*, 17/06/2009)

3.4.4. Vazamento de álbuns na rede

Vazamento de álbuns inéditos

Em 2009, vários artistas promoveram novos álbuns e viram suas músicas “vazarem” na rede antes do lançamento oficial. O termo “vazar” foi empregado em diversas reportagens para descrever o fato de músicas ou álbuns inteiros serem disponibilizadas de forma ilegal na internet enquanto ainda nem haviam chegado ao mercado para venda.

Entre artistas e bandas que vivenciaram essa situação, a *Ilustrada* destinou reportagens a: U2, Depeche Mode, Yeah Yeah Yeah, Sonic Youth, Muse e Arctic Monkeys.

O álbum *No Line on the Horizon* da banda irlandesa U2 vazou uma semana antes do lançamento oficial mas a gravadora conseguiu retirar as músicas da internet (“O Novo U2”, *Folha de S. Paulo, Ilustrada*, 20/02/2009).

O *Caderno 2* também abordou o caso do U2, descreveu os detalhes que cercaram a história e aprofundou o tema com uma reflexão interessante. O repórter Lauro Lisboa Garcia atribuiu às pessoas ligadas à indústria de entretenimento o vazamento de lançamentos como uma estratégia para promoção de discos e filmes:

É curiosa a forma como filmes e CDs “vazam” para a web, geralmente liberados por gente de dentro do esquema da indústria. Os filmes concorrentes ao Oscar amanhã se espalharam pelo mundo em imagens de alta definição, que só pode ter vindo direto de Hollywood. A “vítima” mais recente é o novo (e bom) álbum do U2, *No Line on the Horizon* (Universal), que já circula pelo mundo desde quarta-feira. [...] e parece que o culpado da vez foi o próprio líder da banda. Diz a lenda que Bono estava ouvindo o disco em casa, com o volume de som tão alto que algum espertalhão aproveitou para gravar e disponibilizar para os fãs.

(“U2 aponta para novos horizontes”, *O Estado de S. Paulo, Caderno 2*, 21/02/2009)

O repórter conta que alguns links na internet foram bloqueados, mas os disfarces se propagaram. “Enfim, essa história de os CDs de superbandas pop (como

Coldplay, Oasis e outros) caírem na rede antes do lançamento já virou piada.”, analisa o repórter.

A gravadora organizou audições do álbum para jornalistas. “Não é a melhor condição para se apreciar o CD, pelo caráter dispersivo e pela urgência que implica publicar a notícia; nem via MP3, uma vez que a ficha técnica e todo o material gráfico não estão ao alcance do ouvinte. Quem é fã dedicado sabe que vale a pena esperar”, conclui Lisboa Garcia com um argumento bastante utilizado pelos apreciadores de música.

No caso do trio inglês Depeche Mode, somente uma música caiu na rede. “É quase inevitável o vazamento. É um fato da vida, temos que aceitar agora,” disse Gore, integrante da banda (“Depeche Mode celebra sua 'escuridão natural', *Folha de S. Paulo, Ilustrada*, 25/02/2009).

Já para o grupo norte-americano Yeah Yeah Yeah, que antecipou o lançamento de seu terceiro álbum em razão do vazamento de todas as faixas na internet, o tema é complexo. “É um assunto delicado para a indústria da música e muito controverso para mim”, admite Zinner, um dos integrantes. “Me sinto dividido porque eu também baixo música da internet, mas sobrevivo com o dinheiro dessa indústria que está sendo ameaçada. Sei lá .” (“Sexo, moda e sintetizadores”, *Folha de S. Paulo, Ilustrada*, 06/04/2009)

Já o roqueiro Chorão, ex-vocalista da banda Charlie Brown Jr. viu sua música “Me Encontra” vazar na web e afirmou: “Acho legal, divulga. [...] a web acaba sendo uma ferramenta de comunicação eficaz com o público, por meio dos MySpaces da vida, e também como termômetro de novos trabalhos”. (“Chorão 'tá na atividade' em novo CD”, *O Estado de S. Paulo, Caderno 2*, 03/11/2009)

Vazamento de antigas gravações

Não foram só os artistas em vias de lançamento que se depararam com sua obra disponível na internet de forma não-autorizada. Antigas gravações de João Gilberto, Tim Maia, Elis Regina e Maria Bethânia estão entre os registros inéditos que não foram lançados em disco e que circulam em sites da internet. O caso do cantor e compositor João Gilberto ganhou duas reportagens na *Ilustrada*:

Para provável desagrado do perfeccionista baiano, o baú de registros não-oficiais de João Gilberto é grande e só tende a aumentar, por causa das novas tecnologias de captação e difusão. O material que circula na internet desde a semana passada tem causado alvoroço pelo seu valor histórico, que o destaca do conjunto infinito.

Afinal, são cerca de 30 músicas (há trechinhos de algumas e exercícios ao violão) interpretadas por João em 1958, exatamente o ano de nascimento da bossa nova.

(“Registros caseiros de João Gilberto na web são fartos”, *Folha de S. Paulo, Ilustrada*, 09/02/2009)

Na sequência, a reportagem comenta o material online de Tim Maia:

Em fevereiro do ano passado, cinco músicas inéditas de Tim Maia chegaram à internet. As faixas, gravadas na época em que o cantor se filiou à seita Universo em Desencanto, indicavam uma sequência de “Racional 1 e 2” (1975 e 1976), dois dos discos mais cultuados de Tim. “Racional 3”, como foram batizadas as faixas, chegou à rede depois de mais de 20 anos, quando o filho do dono do estúdio onde Tim teria feito as gravações repassou-as para poucas pessoas. Menos de um ano depois, a história se repete.

(“Blog de música disponibilizou as gravações”, *Folha de S. Paulo, Ilustrada*, 09/02/2009)

A primeira reportagem sobre o material online de João Gilberto foi publicada no dia 7 de fevereiro. Dois dias depois, a *Ilustrada* retomou o assunto. Ao ler as duas matérias, o leitor pode perceber que algumas informações ficaram redundantes. A impressão é que após a repercussão da primeira matéria, percebeu-se a necessidade de explorar mais o assunto.

Do mesmo modo, registros não-oficiais de shows da cantora Maria Bethânia foram colocados no blog (Re)Verso, fato informado na reportagem “Shows raros de Maria Bethânia caem na internet” (*Folha de S. Paulo, Ilustrada*, 22/03/2009). A linha fina explicou a importância das gravações: “Material inclui música nunca gravada em disco e ‘Rosa dos Ventos’, de 1971, um dos espetáculos mais importantes da MPB”.

O repórter Marcus Preto descreveu o fenômeno das gravações não-oficiais que circulam entre fãs na internet como “universo dos bootlegs”.

Os cariocas Magno Santos, 30, e Eduardo Lott, 28, dois dos seis donos do (Re)Verso, afirmam que esse material chegou a eles pelas mãos de outros fãs de Bethânia. Mas dizem não ter ideia de quem fez as gravações. “Nossa função é partilhar essas músicas sem nos importarmos com quem as registrou”, dizem em e-mail conjunto enviado à reportagem da Folha.

Por meio de sua assessoria de imprensa, a cantora afirma que não acessa comunidades e blogs dedicados a ela. Mas não se incomoda em saber que esse material está disponível na internet, já que se trata de compartilhamento sem intenções comerciais.

(“Shows raros de Maria Bethânia caem na internet”, *Folha de S. Paulo, Ilustrada*, 22/03/2009)

Em outra ocasião, a cantora Maria Bethânia manifestou sua opinião sobre o mercado da música, em entrevista à *Ilustrada* (01/10/2009) sobre o lançamento simultâneo de dois discos, “Encanteria” e “Tua”. O repórter Marcus Preto abriu a entrevista com a frase: “Em tempos de download, Maria Bethânia lança CDs de modo tradicional e comenta carreira de cantoras que projetou”. Para o título da reportagem, o caderno optou por destacar a afirmação da cantora: “Estou completamente fora de moda.”

A cantora reconheceu que não acompanha as novidades da distribuição de música, mas segue o caminho com o qual se identifica:

FOLHA – Mais uma vez, você lança dois CDs simultâneos – e em um tempo em que os discos não vendem. Por que e para quem?

MARIA BETHÂNIA – Hoje, eu acho que tudo isso é obsoleto: gravar disco, dar entrevista. É tudo muito antigo. Estou completamente fora de moda. Não a minha música. Eu. O meu sentir, o meu querer, eu fazer essas coisas. Aprendi assim e não quero desaprender. Vivo para o meu ofício, ele nunca me incomodou, não me machucou, nem foi traiçoeiro ou mentiroso. Sempre quis de mim exatamente isso que faço com ele. Um casamento que deu certo.

(“Estou completamente fora de moda”, *Folha de S. Paulo, Ilustrada*, 01/10/2009)

3.4.5. Artistas que estão se adaptando ao mercado

A matéria “A vida após a revolução da web 2.0” (*O Estado de S. Paulo, Caderno 2*, 06/08/2009) trouxe opiniões interessantes e significativas de uma geração de músicos que vem se adaptando ao funcionamento do mercado musical na última década.

A propósito da série de shows *Prata da Casa – 10 Anos*, realizada pelo SESC Pompeia em São Paulo, o repórter Pedro Henrique França entrevistou os artistas que estrearam profissionalmente no projeto musical, surgido em 1999, com a proposta de dar espaço a novos talentos, convidados por uma curadoria de críticos de música. Rômulo Fróes, Tatá Aeroplano e Giana Viscardi colocaram seus pontos de vista. O texto propôs uma reflexão sobre as mudanças ocorridas na indústria da música nos dez anos de existência do projeto, comemorados em agosto de 2009.

Naquele ano [1999], as gravadoras ainda ditavam as regras do mercado. A internet dava seus primeiros passos rumo à democratização da música. Hoje, dez anos depois, o cenário se transformou radicalmente com MySpace e YouTube. Para o bem e para o mal, avaliam músicos ouvidos pelo Caderno 2. [...]

“É curioso. Se não vivia de música naquela época, também não vivo agora”, diz Rômulo Fróes. “Dez anos depois do início do Prata da Casa, você tem um circuito independente formado. Mas esse mercado ainda não é forte para ser autossuficiente.”

A avaliação é coerente. Se a internet ajudou na divulgação destes novos rostos, sem a necessidade de jabs e de uma grande gravadora, a receita hoje se limita aos cachês. E é fato que a grande maioria ainda não tem espaço em grandes casas, e tampouco pode cobrar alto por suas apresentações.

Tatá Aeroplano, do Cérebro Eletrônico, acredita que em meio à revolução da internet, muitos não se planejaram bem. “No início ali dos anos 2000, todo mundo sonhava em assinar com uma gravadora. Aí veio o mercado independente, mas muito descentralizado. Hoje, o próprio artista já sabe que tem de ter o controle da carreira”, diz.

Trata-se de uma tendência consolidada. Quem quer sobressair-se tem de estar inteirado de todo o processo – e não mais a serviço apenas da voz e das composições. Giana Viscardi, que chegou ao mercado em 2004, depois de estudar música nos Estados Unidos, voltou preparada para esse novo formato. “Eu ainda tenho empresário, mas sei muito bem como funciona cada passo – da divulgação do CD à venda de shows”, afirma. E emenda: “O artista hoje não pode mais ser alienado. Tem de entender o mercado e tudo o que está acontecendo.”

Se o atual mercado ainda está sendo formatado, prever o que acontecerá em um eventual Prata da Casa – 20 Anos provoca diferentes reflexões. Em paralelo à celebrada democratização da música, pairam incertezas no meio. Giana Viscardi, que abre a série de shows hoje ao lado do exímio violonista Chico Pinheiro, diz que sua preocupação é justamente com relação à saturação. “Toda semana você tem um nome novo. Li um texto do Luiz Tatit, que resume bem o que penso: ”Hoje todos podem ser ouvidos na internet. O desafio do artista hoje está em ser reouvido.”

(“A vida após a revolução da web 2.0”, *O Estado de S. Paulo*, Caderno 2, 06/08/2009)

Os argumentos dos artistas mostram os desafios que encontram atualmente para produzir e divulgar seu trabalho. A reportagem poderia ter se limitado a falar do projeto e oferecer o serviço com as datas dos shows, mas o repórter soube abordar e explorar o assunto e promover uma discussão sobre o panorama de produção e difusão musical.

A reportagem “Cidade vive boom de compositoras” (*O Estado de S. Paulo*, Caderno 2, 18/03/2009) tem um propósito parecido: falar sobre músicos que estão chegando ao mercado. Neste caso, são as novas compositoras – Tiê, Juliana Kehl, Luísa Maita, Tulipa Rui, Karina Buhr e Cláudia Dorei. Elas comentam sobre a produção, gravação e difusão musical.

No site MySpace é possível ter uma pequena amostra de seus trabalhos. Apesar de quê, elas fazem restrições ao material já liberado para internet, porque já evoluíram bastante. [...] acreditam que o CD vai sobreviver para contar sua história, mas são conscientes de que não vão ganhar dinheiro com venda de discos.

[Sobre Claudia Dorei] Suas conexões, no entanto, como para todo mundo, atravessam mundos via internet. “Para mim, o MySpace é fundamental nessa questão. Coloquei minha música lá, não é a versão que vai estar no disco, mas mal ou bem tem a minha cara.”

Sem se submeter a produtores ou gravadoras, elas têm total autonomia sobre o que cantam e gravam. Juliana [Kehl] bem que levou seu CD pronto para três majors, mas a negociação não evoluiu com nenhuma e ela desistiu – vai lançá-lo por conta própria.

(“Cidade vive boom de novas compositoras, *O Estado de S. Paulo*, Caderno 2, 18/03/2009)

3.4.6 – Artistas Contra a Pirataria na Internet

Diversos artistas vêm se posicionando contra a pirataria digital com uma série de argumentos coerentes e pertinentes. Algumas reportagens abordaram o tema sob esta ótica – os prejuízos para a classe artística.

Fred Zero Quatro

Um dos artistas mais articulados nesse sentido é o músico pernambucano Fred Zero Quatro. Na reportagem “Hoje o mangue beat não passaria de duas comunidades no Orkut” (*Folha de S. Paulo, Ilustrada*, 18/09/2009), ele é apresentado com um dos principais artífices do movimento musical mangue beat ao lado de Chico Science (1966-1997). Além de vocalista da banda Mundo Livre S/A, Fred é assessor técnico da Secretaria da Cultura de Recife, o que o credencia a falar sobre o assunto não só como músico mas como gestor cultural. O músico faz críticas às mudanças ocorridas na música com a chegada da internet.

FOLHA - É necessário buscar esse tipo de apoio [leis de incentivo à cultura] para lançar discos?

Fred – É um reflexo da desconstrução do circuito da música que estamos vivendo. Os medalhões estão recorrendo a leis de incentivo para turnês, para gravar CDs, DVDs. Antes eram leis apropriadas ao perfil dos alternativos. E agora como ficam os alternativos? O guarda-chuva vai abrigar todo mundo? Tenho trombado com um monte de gente que simplesmente não tem como lançar disco, porque as gravadoras não querem gastar dinheiro.

FOLHA – Como você encara as mudanças ocorridas no mercado da música com a internet?

Fred – Tenho participado de debates sobre cultura e percebo que, a despeito de toda a questão do acesso democrático e da maior visibilidade que chegaram com a internet, um fato inegável é que a web tem desestruturado quase todas as cadeias que se envolvem com a digitalização do jornalismo à música. Hoje é moda celebrar a web, dizendo que finalmente nos livramos dos males da indústria fonográfica. Tudo bem, até tinha um aspecto predatório, mas uma coisa é você defender a ausência da

indústria, a ausência da cadeia produtiva. Se o mangue beat tivesse surgido num ambiente parecido com o que rola hoje, com gravadoras em crise, talvez o mangue beat tivesse se limitado a uma ou duas comunidades de Orkut, uma coisa de gueto.

[No início dos anos 90] A Sony foi a Recife, contratou o Chico Science e bancou o primeiro clipe da banda, que rodou direto na MTV. Finalmente a indústria olhava para nós. E teve um efeito multiplicador forte. As pessoas esquecem isso. Hoje há uma situação sem indústria, sem cadeia produtiva. Está se instalando uma religião da tecnologia, um fundamentalismo tecnológico. Fala-se muito em economia sustentável, mas na cultura não existe consumo sustentável.

Folha – Há uma alternativa?

Fred – Estamos todos aguardando que surja um novo modelo de negócio baseado na web 2.0. mas ele não surge.

(“Hoje o mangue beat não passaria de duas comunidades no Orkut”, *Folha de S. Paulo, Ilustrada*, 18/09/2009)

Zé Ramalho

Em entrevista para o Caderno 2, o artista respondeu a pergunta “Você disponibilizaria um disco seu na internet e deixaria que os internautas pagassem o quanto quisessem?”

Não faria isso, até porque a arrecadação é a mínima possível. Não acho justo disponibilizar frações de um disco. Um CD é um trabalho completo, não pode ser pinçado, porque o ouvinte não atingirá o conceito amplo e total que o artista imprimiu nele.

(“Vamos para os próximos 60 anos”, *O Estado de S. Paulo, Caderno 2*, 03/10/2009)

Sebastian Bach

O músico norte-americano, ex-vocalista da banda Skid Row, pediu ao YouTube que removesse todos os vídeos que contivessem músicas gravadas por ele e deixou um recado para o público: “Se você quiser colocar música nos seus vídeos, aprenda a tocar algum instrumento, escreva uma canção, grave-a e então coloque o seu vídeo. Eu tenho que alimentar minhas crianças e pagar minhas contas.”

O caderno *Informática* destacou a frase em uma nota na edição de 28/01/2009, que também trouxe a posição da banda escocesa Franz Ferdinand.

Franz Ferdinand

Depois que seu último álbum, “Tonight”, vazou na rede, a banda escocesa e sua gravadora recorreram ao Web Sheriff para notificar sites que distribuem as músicas ilegalmente.

A notícia, publicada no Torrent Freak (torrentfreak.com) surpreendeu aqueles que conheciam o passado pró-pirataria da banda. Em entrevista de 2006 à “Playboy”, membros do grupo deram declarações simpáticas ao compartilhamento de arquivos. Em 2007, sugeriram aos fãs que baixassem ilegalmente a versão que fizeram para “Sound and Vision”, de David Bowie. “Tonight”, disponível para audição gratuita no MySpace (www.myspace.com/franzferdinand), foi lançado oficialmente nesta segunda-feira.

(“Antes pró-pirataria, banda contrata 'xerife da rede', *Folha de S. Paulo, Informática*, 28/01/2009)

3.4.7. Artistas que apontam prós e contras na internet

James Cassidy, um dos integrantes da banda norte-americana Information Society manifestou sua opinião sobre música, tecnologia e comunicação em “Information Society na era das redes” (*O Estado de S. Paulo, Caderno 2, 07/08/2009*). O jornalista Jotabê Medeiros faz uma interessante associação entre a proposta da banda e nova era das redes:

Information Society, o nome da banda, sugeria uma tese de comunicação de massas. E aquele futuro se realizou, a sociedade da informação se afigurou como a nova ordem.

[...]Analisando a "profecia" do ensaísta canadense Marshall McLuhan, de que o meio era a própria mensagem (antevendo mudança na forma das dinâmicas interpessoais), Cassidy vê com sentimentos ambíguos a era das redes de relacionamento social na internet. "Há um tipo de perigo, que é o da perda do espaço público. A superexposição pode ser danosa. Por outro lado, todas as pessoas podem expressar suas opiniões, e essas eram nossas ideias quando começamos", afirmou.

"Quando começamos, éramos limitados pela tecnologia existente. Era rústica a que existia. Na era digital, o processo se tornou menos identificável. Por ironia, para recriar aquilo que fazíamos no início, e que era fácil de ser criado, hoje temos de recorrer aos computadores. É impossível fazer aquilo de novo. E a tecnologia tornou um show mais barato. Antes, nós costumávamos carregar toneladas de equipamentos. Agora, é barato e fácil, está tudo num laptop. Podemos fazer pesquisas musicais online e temos mais tempo para praticar no quarto à noite."

Acho que a mudança mais profunda que chegou com a nova era digital é na forma como a música é distribuída, não como é feita. Com a tecnologia e a distribuição pela internet, centenas de bandas que têm uma pequena base de fãs fazem seu caminho, sem depender de gravadoras", analisa.

(“Information Society na era das redes”, *O Estado de S. Paulo, Caderno 2, 07/08/2009*)

A banda Franz Ferdinand também apresenta opiniões ambíguas sobre a difusão musical na internet. Ora estimula os downloads gratuitos, ora é contra. Em entrevista para o Caderno 2, os integrantes da banda comentam o cenário musical. O jornalista Jotabê Medeiros resume o clima da conversa:

[Os integrantes da banda] têm poucas divergências e até arriscam alguns palpites. O baixista Bobby Hardy foi a exceção, não quis se estender no assunto (“Somos

apenas quatro amigos cuja atividade é fazer música, e analisar o mercado é coisa para quem comercializa música", disse). Ao contrário de Bob, Alex Kapranos, o líder do grupo escocês – poucos fazem um show ao vivo tão bem hoje em dia – não se fez de rogado e até arriscou algumas fórmulas que, pensa, podem salvar a lavoura do rock'n'roll.

A cantora britânica Lily Allen disse que está pensando em se aposentar, já que não vê futuro para os músicos atuais por causa do download ilegal. Há um movimento na música britânica nessa direção, que envolve gente como James Blunt, Elton John. O que vocês acham disso?

Nós conversávamos sobre isso justamente esta noite. Pensamos em uma solução há muito tempo. Você é a primeira pessoa que vai ouvir nossa sugestão para salvar a música (risos). O problema é: cada nova peça de música que é gravada, não há controle da distribuição. Então, em vez de as pessoas comprarem a música que já existe, de um artista tipo Lily Allen, pagam uma contribuição para a próxima música desse artista. Por meio de comunidades de fãs. Por exemplo: todo mundo quer ouvir a próxima canção de Lady Gaga? Então, 20 milhões de pessoas ao redor do mundo dão a Lady Gaga 50 centavos cada um. Assim, têm direito a ouvir primeiro a nova canção de Lady Gaga. É uma forma de financiar a produção musical desses artistas.

Os Beatles só agora resolveram entrar no mundo digital, e lançaram uma caixa com todos seus discos. A próxima etapa é fazer um acordo de venda digital – até agora, não se podia comprar a música dos Beatles online, e acho que era a única grande banda que ainda resistia ao iTunes.

Não, acho que há ainda outra... O Black Sabbath, se não me engano. Mas não acredito em uma hegemonia da distribuição. A internet é democrática, competitiva, há diversas lojas online de distribuição de música digital até com mais apelo que o iTunes. Acho que haverá sucessores para eles. Eu vejo que, em breve, a música vai ser mais alugada do que vendida, por meio de sites como Facebook, MySpace. Haverá assinaturas para a música, talvez o sistema que se torne mais usado para a distribuição. E, é claro, aquele sistema que eu falei, de os fãs investirem na próxima música do seu artista preferido. (Risos).

(“Franz Ferdinand ‘inventa’ sistema de distribuição musical”, O Estado de S. Paulo, Caderno 2, 07/10/2009)

Edu Lobo

Em entrevista ao Caderno 2, o músico comenta sobre sites para “baixar música”:
 “Eu conheço esses sites, e não acho que seja uma coisa espetacular ficar baixando música. Isso vai ter que ser resolvido em algum momento. A Internet vai ter que existir, mas vão ter que pagar ao baixar música. Eu baixo porque tem milhões de músicas minhas lá. Mas não parei de comprar disco.” (“Se eu não toco, não componho”, O Estado de S. Paulo, Caderno 2, 05/02/2009)

3.5. Música Erudita na internet

A música erudita também vem despertando o interesse dos consumidores de música na internet. “A musica clássica parte em busca de novo público, repensando a experiência do concerto ao vivo e apostando na internet como ferramenta de divulgação” (“Erudita, mas popular”, *O Estado de S. Paulo, Caderno 2*, 11/04/2009).

A Orquestra Filarmônica de Berlim criou um sistema, em seu website, que permite ao internauta assinar a temporada de concertos da orquestra e assistir pela internet.

E, no mundo virtual, os clássicos entram com força surpreendente. Pesquisa da NielsenSoundscan mostra que em 1990 eles representavam 3,1% do total de discos vendidos; 16 anos mais tarde, queda para 2,4%. Já nos downloads, a realidade é muito diferente. Em 2005, o setor representava 12% do total de faixas baixadas e, em 2008, o número já chega a quase 15%, sendo o gênero que mais cresceu nos últimos anos em procura. "Todo mundo ganha. Para o neófito, é um sistema de risco baixo, pois é fácil e barato fazer o download; para o especialista, há a oportunidade de ampliar sua coleção com versões alternativas de suas peças preferidas", disse ao jornal *The Guardian* Jonathan Gruber, da gravadora Universal.

Não por acaso, o Keeping Score já chegou à internet; e selos tradicionais, como o alemão Deutsche Grammophon, decidiram colocar praticamente todo o seu acervo disponível para download.

(“Erudita, mas popular”, *O Estado de S. Paulo, Caderno 2*, 11/04/2009)

O jornalista João Marcos Coelho propõe uma reflexão sobre como “o avassalador balde de democracia da internet na produção e recepção de música transformou a derrocada anunciada da indústria num inesperado e promissor recomeço”, em “Lições de Beethoven em Ruanda” (*O Estado de S. Paulo, Caderno 2*, 12/04/2009). O texto fala sobre o trabalho do maestro venezuelano Gustavo Adolfo Dudamel Ramírez, diretor artístico da Filarmônica de Los Angeles.

O caso é que a fórmula convencional já está com prazo de validade vencida. Os ventos, afinal, sopram noutra direção. O que vale é mesmo a música ao vivo, mesmo que gravada e lançada em disco. O avassalador balde de democracia da internet na produção e recepção de música transformou a derrocada anunciada da indústria num inesperado e promissor recomeço. Músicos e seu público estabelecem agora contato imediato. Um diálogo virtual que leva ao limite o que Walter Benjamin chamou lá atrás de perda da aura da obra de arte. Ele louvava a democratização do acesso à arte. Mas o fato é que as artes performáticas parecem ter recuperado ao menos parte de sua aura neste início de século 21.

Exaurido de tanta intimidade virtual, o indivíduo quer sentir-se parte do acontecimento artístico. Pode ser a utopia do retorno a uma situação primitiva. Não

custa sonhar. Mas, sem dúvida, enquanto se martela o último prego na indústria convencional da música gravada, a música ao vivo floresce de modo incontestável. Durante meio século, músicos se esfalfavam para alcançar o status de gravar um disco. Hoje, ganham dinheiro na sua atividade-fim: em recitais e concertos. Ainda bem.

(“Lições de Beethoven em Ruanda”, *O Estado de S. Paulo, Caderno 2*, 11/04/2009)

3.6. Coluna *Conexão Pop da Ilustrada*

O jornalista Thiago Ney assina a coluna *Conexão Pop*, todas as quartas-feiras na *Ilustrada*. Como crítico de música, ele aponta tendências de estilos, destaca novos talentos, comenta lançamentos e fala sobre o cenário da música.

Em 2009, Thiago Ney colocou em pauta o tema da difusão musical na internet em alguns artigos da coluna. Boa parte dos críticos se concentra em analisar muito mais a produção cultural do que os meios e processos. Ao abrir espaço em sua coluna para o tema, o jornalista contribui para fomentar a reflexão entre os leitores sobre um aspecto importante da cultura, que tem papel determinante no acesso à apreciação musical.

Em seus artigos, Thiago Ney fornece dicas de novas músicas e novos artistas com o endereço dos sites e links do *MySpace* e do *YouTube* para os leitores conhecerem o som recomendado.

A seção com indicações de novos CDs permanece na *Ilustrada* como uma referência, mas certamente os leitores também buscam sugestões de músicas na internet.

Thiago Ney se posicionou de forma crítica com relação às teses de Chris Anderson a quem atribuiu um discurso “míope”:

Qualquer coisa que Chris Anderson, editor da "Wired", diz, é seguida com reverência acrítica. Sua teoria da cauda longa, por exemplo, recebida como verdade anos atrás, não se aplica ao universo da música. Poucos artistas ainda abocanham a maior parte da grana no mundo digital.

A mesma "Wired", na edição de março, traz artigo míope sobre como a indústria da música está sendo salva por games como "Rock Band" e "Guitar Hero". E cita, como exemplo, o "Guitar Hero: Aerosmith". O jogo teria ajudado a veterana banda a faturar mais do que em qualquer disco que já tenha lançado. (Informação não confirmada pela banda.) Será que o game ajudou o Aerosmith a faturar ou foi o Aerosmith quem empurrou as vendas do game?

O Aerosmith lançou dezenas de álbuns dentro do esquemão da indústria da música, fez turnês enormes seguindo as regras da indústria da música. O dia em que a

indústria de games criar e transformar uma banda em sucesso mundial, aí, sim, dará uma força à indústria da música.

(“Yeah Yeah Yeahs: disco do ano?”, *Folha de S. Paulo, Ilustrada*, 04/03/2009)

Thiago levanta uma questão pertinente: a relação entre música e games vem sendo explorada por artistas já famosos. A história não seria a mesma para novos talentos, embora isso não tenha sido cogitado em outras matérias.

Já no artigo abaixo, o jornalista apresenta um texto informativo com dados de uma pesquisa, reconhece a complexidade da questão e a falta de respostas para os rumos do mercado:

Você sabe aonde a internet levará os negócios da música? Quando as relações entre músicos, gravadoras e portais vão estabilizar? Eu não tenho respostas, mas a cada dia aparecem pistas para ilustrar o que está acontecendo.

Uma das principais empresas de pesquisas relacionadas ao entretenimento, a norte-americana NPD (www.npd.com) divulgou ontem um estudo que esquadrinha recentes hábitos de consumo envolvendo a música e a internet. Segundo a pesquisa (com mais de 4.000 pessoas nos EUA), o número de usuários de internet que comprou música digital em 2008 naquele país chegou a 36 milhões – contra 28 milhões em 2007.

Os downloads agora representam 33% de todas as faixas vendidas nos EUA. Além disso, em 2008, 17 milhões de pessoas deixaram de comprar CDs, em comparação com o ano anterior – essa queda foi mais sentida entre adolescentes e gente com mais de 50 anos.

Isso não quer dizer que nos Estados Unidos ouviu-se menos música em 2008 – pelo contrário. Houve um aumento do número de pessoas à procura de canções em serviços como Pandora e em redes sociais na internet – um dado maiúsculo: quase metade dos *teens* norte-americanos vão atrás de música em redes sociais on-line.

(“Barulho, mas com melodia”, *Folha de S. Paulo, Ilustrada*, 18/03/2009)

O colunista passou a abordar o tema ao longo do ano, dedicando inicialmente alguns parágrafos até ocupar a seção inteira:

Será que é só o começo? A Google chinesa começou a fornecer em sua página links para sites que oferecem downloads gratuitos de música. A história ganhou a internet nesta semana porque pode representar uma nova estratégia de distribuição de canções entre portais, sites e gravadoras. O Google tomou a iniciativa porque, diferentemente da maioria dos países em que atua, na China a companhia detém apenas 28% do mercado de buscas on-line – a líder é a empresa chinesa Baidu (60% do mercado).

(“Alegria Pop”, *Folha de S. Paulo, Ilustrada*, 01/04/2009)

No artigo intitulado “Presente e Futuro da Música”, o jornalista fala de forma opinativa sobre o modelo de negócio da indústria fonográfica. Thiago Ney demonstra

que não é entusiasta do ideário da cultura livre e relaciona exemplos de artistas que exploraram a difusão na internet mas voltaram para as normas do *mainstream*.

É praticamente impossível ter uma leitura acurada sobre as consequências de mudanças históricas sem o devido distanciamento de tempo. Mas não é por isso que devemos desistir de entender o que acontece no presente.

No universo da música, não há assunto mais discutido, teorizado, celebrado, vampirizado do que a influência que a internet está causando no modelo de negócio adotado pela indústria fonográfica.

Ensaaios, teses e livros tentam 1) explicar o que está ocorrendo e 2) antecipar como será o futuro desse negócio. Quem se aventura pela segunda opção normalmente soa como um vinil riscado: amanhã, a música será distribuída gratuitamente; artistas ganharão grana com shows e com licenciamento de canções: gravadoras deixarão de existir. O papo é o mesmo, não muda.

É mais ou menos por aí que segue Greg Kot, crítico do "*Chicago Tribune*" que acaba de lançar "*Ripped: How the Wired Generation Revolutionized Music*", livro que está recebendo críticas variadas nos EUA – boa na "*Publishers Weekly*"; nem tanto no "*New York Times*".

Kot faz um elogio às redes *peer-to-peer* – à pirataria de arquivos musicais – e a iniciativas como a realizada pelo Radiohead – que colocou na rede o disco "*In Rainbows*" e deu ao fã a opção de escolher quanto queria pagar.

O problema desses pontos é a (aparente) ingenuidade de Kot. Há muitos artistas que se beneficiaram inicialmente da distribuição *free* feita pela internet – mas não seguiram com ela (Arctic Monkeys, Lily Allen têm contratos vultosos com gravadoras e não abrem mão de colocar CDs nas lojas e faixas no iTunes).

A estratégia do Radiohead, incensada dois anos atrás, quando foi realizada, hoje é vista mais claramente: a banda inglesa foi muito esperta. Em vez de apenas observar seu disco vazar na rede e não ganhar nada, não deu tempo para as músicas serem pirateadas e ganhou alguns (milhões, na verdade) trocados com essa estratégia "pague quanto quiser". E, nessa briga, ficaram com fama de bons moços.

Kot, como muitos outros, defende com unhas e dentes os "benefícios" da "cauda longa" dentro da indústria da música. Mas é muito cômodo arrotar que os músicos deem canções de graça enquanto ele cobra US\$ 25 por um livro de pouco mais de 200 páginas.

(“Presente e Futuro da Música”, *Folha de S. Paulo, Ilustrada*, 20/05/2009)

Efetivamente, ele conseguiu apresentar questões que colocam as teorias de Greg Kot sob dúvida de sua eficácia, mostrando que os rumos do negócio musical não são tão previsíveis e fáceis de identificar.

Por outro lado, o jornalista deixou de aprofundar o assunto quando falou sobre o serviço de músicas online *Spotify* em outro artigo. Ele dirigiu uma provocação para a indústria fonográfica mas não explicou para os leitores todo o contexto do tema.

Tempos atrás, o Álvaro Pereira Júnior comentou no **Folhateen** sobre o Spotify, serviço que armazena trilhões de músicas em streaming. O Spotify ainda não chegou ao Brasil (nem aos EUA), mas já ganhou um aplicativo para o iPhone. No Reino Unido, paga-se cerca de R\$ 30 por mês para ter acesso ilimitado ao acervo a partir do celular – inclusive fazer download de discos. Foi encontrada uma solução, indústria fonográfica?

(“A melhor época para estar vivo”, *Folha de S. Paulo, Ilustrada*, 09/11/2009)

A posição dos artistas sobre o consumo de música no ciberespaço foi o tema da coluna “Piratar ou não Piratar?”. Para Thiago Ney, as opiniões de Fred Zero Quatro e Lily Allen escapam do senso comum no universo pop.

GENTE COMO Fred Zero Quatro e Lily Allen são um refresco dentro dos debates de cultura pop. Porque, diferentemente da maioria dos artistas, não se apegam ao oba-oba, tentam fugir do discurso fácil, raso, cômodo, do senso comum que impera nos discursos envolvendo música e internet. Duas semanas atrás, em entrevista à **Folha**, Zero Quatro criticou o que chama de "fundamentalismo tecnológico": a aceitação universal de que a pirataria deve ser aceita e que é inútil lutar contra.

Dias antes, Peter Mandelson, ministro de Negócios do Reino Unido, anunciou plano de desconectar – sem a necessidade de processo judicial – usuários acusados de fazer download ilegal de arquivos (de música, games, filmes etc.).

(“Piratar ou não Piratar?”, *Folha de S. Paulo, Ilustrada*, 30/09/2009)

O colunista explica que, em reação ao anúncio do ministro, os artistas Radiohead, Robbie Williams e Billy Bragg criaram o *Featured Artist Coalition*, grupo que apoia a troca de arquivos na internet sem autorização. Ao passo que a cantora Lily Allen iniciou uma campanha em que ataca a pirataria e foi apoiada por Elton John e James Blunt.

Thiago volta a repetir argumentos contra as ideias de Chris Anderson e a estratégia do Radiohead, mas aqui sua crítica foi mais enfática e, até mesmo, agressiva:

Não concordo com muitos dos argumentos de Zero Quatro e de Lily Allen, mas eles são corajosos de permanecer distantes de uma maioria que se baseia em falácias e em ações hipócritas. Falácias como as de Chris Anderson, cuja "teoria" da cauda longa (muitos se manterão vendendo pouco) já foi desmantelada e que lança um livro, "Free - O Futuro dos Preços", em que enaltece a economia gratuita – gratuita para os outros, claro, pois as 88 páginas de "Free" custam, no Brasil, R\$ 59,90.

E ações hipócritas como a do Radiohead, que enriqueceu dentro do esquemão das gravadoras e que depois, para ganhar uns trocados em cima dos fãs que fariam de qualquer jeito o download do disco, lançou "In Rainbows" no formato "pague quanto quiser" (ou seja: em vez de não receber nada com o inevitável vazamento do álbum na internet, a banda ganhou bom dinheiro maquiando o lançamento digital do disco).

(Idem)

Todavia, ele não se mostra completamente de acordo com o discurso de Zero Quatro e Lily Allen e afirma que poucos artistas, no Brasil, ganham dinheiro com disco – artistas médios e pequenos garantem boa parte do faturamento por meio de shows e de publicidade.

Neste artigo, Thiago Ney contribui para o debate ao citar a questão do preço dos produtos culturais, um elemento que não é muito destacado nas reportagens e que é determinante para o consumo.

Outro ponto. Faz-se o download ilegal hoje porque a indústria do entretenimento ainda não conseguiu acompanhar o desejo e a necessidade dos consumidores. É inexplicável sermos obrigados, no Brasil, a esperar meses para assistirmos a uma série de televisão, ou de não termos a possibilidade de baixarmos, por um preço justo, o novo álbum de artistas gringos. Se o preço for justo, e a oferta, variada, continuaremos pagando.

(Idem)

Com o título “A internet ainda assusta”, mais um artigo da coluna Conexão Pop foi destinado ao assunto. Dessa vez, o jornalista transcreveu trechos de entrevistas e comentários dos artistas James Murphy e Sufjan Stevens extraídos de um blog. É interessante observar que os links, conforme Thiago afirmou, tenham sido indicados para ele por meio do *Twitter*, o que demonstra como as redes sociais estão influenciando a mídia tradicional.

FRED ZERO Quatro, Lily Allen, Elton John, James Blunt, entre outros, já se manifestaram contra os downloads ilegais de música. Essa é a faceta agressiva da relação entre internet e músicos. A outra é um certo desconforto criado entre o modo de produção atual e aquele que existia até os anos 1990.

O curioso é que dois dos mais talentosos e modernos músicos de hoje, James Murphy e Sufjan Stevens, demonstram essa aflição ao comentar a relação com a net e a voracidade com que a música é consumida.

"A internet nos concede uma disponibilidade sem precedentes de novas músicas a cada momento, o que eu chamo de acesso instantâneo de um excesso indiscriminado. [...] Minha carreira inteira está baseada no acesso a computadores baratos. Qualquer um pode fazer um disco, colocar no ar, fazer o download, fazer acontecer – independentemente de onde estiver. [...] Mas, cada vez mais hoje, esse excesso está me irritando. Às vezes eu sinto que poderia e deveria não participar disso, que minha música inofensiva não oferece nada de novo ou de benéfico."

Esse é Sufjan Stevens (www.sufjan.com) durante uma entrevista que pode ser lida, em inglês, aqui: <http://bit.ly/OGzJj>.

"Briguei com minha gravadora porque não queria ter uma página no MySpace. Porque, bem, porque eu sou velho e esquisito e ainda compro vinis e faço coisas como escrever cartas. E aquilo parecia tudo muito estranho."

Dá para imaginar que James Murphy, o cara por trás do LCD Soundsystem, o cara que fez talvez um dos três discos mais relevantes e originais desta década ("Sound of Silver"), não tenha intimidade com a internet? Dá para ler o que Murphy pensa disso aqui: <http://bit.ly/4sI4K1>.

(“A internet ainda assusta”, *Folha de S. Paulo, Ilustrada*, 14/11/2009)

As transformações que ocorrem na produção e difusão musical têm provocado perplexidade e angústia nos artistas. Os depoimentos destacados por Thiago Ney são uma amostra das implicações socioculturais e psicológicas que o fenômeno pode despertar nos criadores.

A Coluna *Conexão Pop* se configurou como um espaço de reflexão sobre o tema, o que trouxe uma importante contribuição para o debate, em virtude do potencial da coluna de exercer influência junto à opinião pública, uma vez que é publicada no periódico de maior circulação no país.

Em comparação com a opinião expressa nos cadernos de Tecnologia, Thiago Ney mostrou uma visão mais conservadora e afinada com o mercado tradicional.

4. Considerações finais

O conhecimento é um acúmulo social planetário e está disponível nas ondas eletromagnéticas.” (Ladislaw Dowbor)

O interesse pela atual transição no mercado de música e pelo futuro da indústria fonográfica tem crescido e ganhado mais espaço nos meios de comunicação tradicionais, em debates, em conferências e nas universidades. O assunto foi tema de um das mesas de debate do II Congresso de Jornalismo Cultural, realizado na PUC-SP pela Revista Cult, em maio de 2010.

As transformações de caráter cultural, social e econômico estão em curso e, para que ocorram de maneira mais democrática, é essencial a participação nesse processo da cobertura dos veículos de comunicação tradicionais, que também estão passando por mudanças em função das novas tecnologias.

A queda na venda de CDs não representa o desinteresse das pessoas em ouvir música. Gerd Leonhard apontou algo que podemos constatar em nosso círculo de contatos: as pessoas estão tendo maior acesso à música na internet e compartilhando suas preferências em redes sociais e comunidades na web.

O acesso à cultura, ao conhecimento e à informação é o cerne desta questão. Portanto, o tema é de interesse público e precisa ser abordado pela imprensa de forma transparente e elucidativa. Há diversos interesses envolvidos e todos os aspectos devem ser apresentados com o objetivo de dar aos leitores as informações necessárias para que formem suas próprias opiniões. Neste processo, a sociedade como um todo está determinando e validando os rumos da indústria da música e a decisão não está somente nas esferas de poder política, jurídica e financeira.

Os blogs, sites e redes sociais estão crescendo em espaço e influência e concedendo “carimbos de autenticidade” para o conteúdo que circula no ciberespaço.

O presente trabalho analisou a cobertura de *Link*, *Caderno 2*, *Informática e Ilustrada*. Como vimos, ficou evidente uma distinção entre a cobertura dos cadernos de Tecnologia e dos cadernos de Cultura.

A partir da análise do corpus de trabalho, inferimos que o caderno *Link* se destacou dos demais por ter dado ao tema um espaço frequente entre suas pautas e

proposto uma reflexão a partir das informações apresentadas. Além das reportagens da versão impressa do jornal, o *Link* também publicou diversas matérias e artigos na versão online de *O Estado de S. Paulo*.

Em janeiro de 2010, o *Link* estreou novo site com seis blogs voltados para diversos assuntos relacionados à cultura digital, entre eles o P2P (<http://blogs.estadao.com.br/p2p>), assinado pela jornalista Tatiana Dias, que discute como a tecnologia está mudando a cultura e fala de direitos autorais, cultura livre e legislação.

O caderno *Informática* também empenhou-se para cobrir o assunto e, assim como o *Link*, ofereceu aos leitores notícias e novidades para se atualizarem sobre o meio, mostrando uma visão mais favorável a novas concepções de direitos autorais.

Já na cobertura dos cadernos culturais, houve uma tendência a manter uma visão mais antiga de funcionamento do mercado musical e propriedade intelectual, atrelando a pauta da cobertura à agenda de lançamentos das grandes gravadoras; ou seja, em um momento em que existem novos sistemas de valoração e legitimação da cultura, parte da imprensa ainda sustenta a institucionalização da cultura.

O jornalismo cultural não precisa se direcionar apenas por esse viés na linha editorial. O objeto da crítica de música e das reportagens não estaria limitado unicamente ao lançamento de CDs e turnê de shows, mas também aos artistas que utilizam os canais disponíveis no mundo digital, ampliando assim, aos leitores, o panorama do que está acontecendo de relevante no universo cultural e musical. Entretanto, a *Ilustrada* e, principalmente, o *Caderno 2* ainda não têm dado muito destaque e analisado esse panorama e quando o fazem utilizam alguns filtros na escolha de pautas, por exemplo: nota-se um espaço dedicado a artistas que iniciaram na internet e, ao fazerem sucesso, foram para o *mainstream*, tais como Mallu Magalhães, Lilly Allen e Arctic Monkeys, mas há muitos outros que estão alcançando o objetivo de se promover na web de forma bem-sucedida e poderiam ser contemplados com matérias a respeito da repercussão que estão gerando.

É evidente que não é simples elaborar uma pauta desse tipo e distinguir o que é relevante dentro do ciberespaço, mas é necessário promover uma abertura nesse sentido.

Há, ainda, uma questão importante para a mídia tradicional: uma vez que os leitores não encontram na grande imprensa esse tipo de conteúdo pelo qual têm interesse, mas o encontram em sites e blogs que tratam a informação de forma

singularizada, isso contribui para alimentar o fluxo de evasão da leitura de jornais para a internet.

Os jornalistas e os meios de comunicação (principalmente a imprensa) se vêem no mesmo dilema que os profissionais da indústria fonográfica e do entretenimento: como se adaptar às mudanças e incorporar novidades no formato de comunicação e relacionamento com seus consumidores para não perdê-los para as novas mídias. Especialistas respondem que há espaço para todos os formatos e assim como a TV não representou o fim da rádio, a internet não representa o fim da imprensa ou das gravadoras, mas impõe uma reestruturação.

Os profissionais das corporações jornalísticas estão enfrentando diversas adaptações quanto à infraestrutura de trabalho, a novas ferramentas e recursos de pesquisa e produção. Em função da complexidade do tema, percebe-se a necessidade dos jornalistas que cobrem as áreas de Cultura e Tecnologia de se especializarem nestas diversas áreas que possuem relacionadas para exercerem a difícil tarefa de abordar este assunto.

Em 2010, o assunto continua presente na cobertura, tendo ganhado destaque em razão da proposta do Ministério da Cultura de reforma na lei de direitos autorais. A discussão em torno da proposta tem sido polêmica e dividido as pessoas em contra e a favor. Cabe a imprensa o importante papel de contextualizar as especificidades do conteúdo da reforma, que terá impacto nos rumos da difusão cultural no Brasil.

Voltando ao conceito “O meio é a mensagem”, esse estudo apontou como a imprensa, em verdade, não reflete de modos diferenciados todas essas tendências de mercado, mas de certo modo constroi essas tendências. A Folha e o Estado se diferenciam das redes sociais por legitimarem comportamentos; ou seja, dão sinais de valorização ética (o que pode e o que não pode ser feito), mas esses sinais são contraditórios. O *Link* e o *Informática* são mais arejados, mais tolerantes, enquanto o *Caderno 2* e a *Ilustrada* são mais "legalistas". Portanto, o jornalismo não é um meio de informação de alguma coisa que está "fora dele", ele faz parte dessa arquitetura.

Referências bibliográficas

ABMI. **Site Oficial da Associação Brasileira da Música Independente:**

www.abmi.com.br.

ABPD – relatório anual da Associação Brasileira de Produtores de Discos, disponível em www.abpd.org.br

ADORNO, T. W. **O Fetichismo na Música e a Regressão da Audição.** In: *Os pensadores*. São Paulo: Editora Abril, 1999.

ADORNO, Theodor. **Prismas: crítica cultural e sociedade.** São Paulo: Ed. Ática, 1998.

ADORNO, T.W. **“Indústria Cultural”** In: COHN, Gabriel (org.) *Comunicação e Indústria Cultural: leituras de análises dos meios de comunicação na sociedade contemporânea e das manifestações de opinião pública, propaganda e cultura de massa nessa sociedade.* São Paulo: Editora Nacional, 1975.

ADORNO, Theodor W. & HORKHEIMER, Max. **Indústria Cultural: o iluminismo como mistificação das massas.** In: Almeida, Jorge M.B. “Indústria Cultural e Sociedade”. Paz e Terra, 2002.

ALVES, F. J. M. A. **O impacto da proliferação da música digital nas estratégias de marketing das empresas do setor de gravação fonográfica.** Curitiba: UFPR, 2002. (Dissertação de mestrado).

ARNS, Inke. *Interaction, participation, networking – Art and telecommunication*, em http://medienkunstnetz.de/themes/overview_of_media_art, 2004.

Associação Brasileira de Produtores de Discos. <http://www.abpd.org.br> .

Associação Brasileira de Música Independente. <http://www.abmi.com.br> .

BALLANTINE, Christopher. **Music and its social meanings.** New York: Gordon & Breach, 1984.

BANDEIRA, Messias G. **O underground na era digital.** In: ANAIS Intercom/2001.

BARBERO, Jesús Martín. **Dos Meios às Mediações: Comunicação, Cultura e Hegemonia.** Rio de Janeiro. Editora UFRJ, 2001.

BARBROOK, R. **Cibercomunismo: como os americanos estão superando o capitalismo no ciberespaço.** Disponível em: <http://members.fortunecity.com>.

BARLOW, J. P. **The Economy of ideas.** Wired, ed.2.03, 1994. Disponível em: www.wired.com/wired/archive/2.03/economy.ideas.

BARROS, M. P. I. **Futuro da Indústria Fonográfica Brasileira Diante da Pirataria e da Música Digital.** Rio de Janeiro: PUC-Rio, 2003. (Dissertação de mestrado).

- BAUDRILLARD, Jean. **A Sociedade de Consumo**. Lisboa. Edições 70. 1991.
- BAUWENS, Michael. **Peer to peer – from technology to politics to a new civilization?**. In: <http://noosphere.cc/peerToPeer.html>
- BEIGUELMAN, Giselle. **Coletivo brasileiro na Internet combate o copyright em prol da generosidade intelectual**. Disponível em: <www.tropico.com.br>.
- BEIGUELMAN, Giselle. **Link-se – arte, mídia, política, cibercultura**. São Paulo: Editora Peirópolis, 2005.
- BENJAMIN, Walter – **A Obra de Arte na Época de sua Reprodutibilidade Técnica**. In: Obras Escolhidas III. São Paulo. Editora Brasiliense, 1994.
- BENJAMIN, Walter. **Obras escolhidas. Magia e Técnica, Arte e Política**. São Paulo : Brasiliense, 1994, 7ª ed.
- BERRY, Colin. **Music on the Internet**. San Francisco: Sybex, 1995.
- BOLTER, Jay David; GRUSIN, Richard. **Remediation – Understanding New Media**. Cambridge: The MIT Press, 2000.
- BOSCOLI, João Marcelo. **A Nova Produção Independente: o Futuro da Música em 2003**. Texto publicado na revista Isto É, em 2003, e acessível em <http://www.trama.com.br/porta1v2/noticias/index.jsp?id=1041> .
- BURNETT, Robert. **The global jukebox: the international music industry**. Londres: Routledge, 1996.
- BRIGGS, Asa e BURKE, Peter. **Uma história social da Mídia: de Gutenberg à Internet**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.
- CANCLINI, Nestor García. **Culturas Híbridas**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2003.
- CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em Rede**. São Paulo. Paz e Terra, 1999.
- _____ **A Galáxia da Internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade**. Rio de Janeiro. Jorge Zahar Editor, 2003.
- CASTELLS, M. (2004). **Internet e sociedade em rede**. In: MORAES, D. (org.) *Por uma outra comunicação: mídia, mundialização cultural e poder*. Rio de Janeiro: Record, 2003.
- CASTRO, G. G. S. (2005a). **Web Music: música, escuta e comunicação**. Em: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação vol. XXVIII, nº 1. São Paulo: Intercom.
- _____ . (2005b). **Podcasting e Consumo cultural**. Em: revista e-Compós nº 4. (disponível em <http://www.compos.org.br/e-compos/>)
- _____ . (2005c). **As Tribos de Ciberouvintes**. Em: revista Logos nº 22. Rio de Janeiro: UERJ.

- COELHO, Marcelo. *Crítica Cultural: Teoria e Prática*. São Paulo. Publifolha, 2006.
- COELHO, Teixeira. **Dicionário Crítico de Políticas Culturais**. São Paulo. Iluminuras, 1997.
- CONNOR, Steven. **Cultura Pós-Moderna: introdução às teorias do contemporâneo**. São Paulo. Loyola, 1992.
- DEBORD, Guy. **A Sociedade do Espetáculo**. Rio de Janeiro. Contraponto, 1997.
- DE MARCHI, Leonardo. **A angústia do formato: a história dos formatos fonográficos**. In: Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação - abril de 2005. Disponível em <http://www.compos.org.br/e-compos/>
- DERY, Mark. **Escape velocity: cyberculture at the end of the century**. New York, Grove Press, 1996.
- DIAS, Márcia Tosta. **Os Donos da Voz: Indústria Fonográfica Brasileira e Mundialização da Cultura**. São Paulo. Editora Boitempo, 2000.
- D.H. DOWNING, John. **Mídia Radical: Rebeldia nas Comunicações e Movimentos Sociais**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2002.
- ECO, Umberto. **Apocalípticos e integrados**. São Paulo: Perspectiva, 1970.
- ECO, Umberto. **Obra Aberta**. São Paulo. Perspectiva, 1991
- ESSINGER, Sílvio. **Força na independência**. JB Online, Rio de Janeiro, 10 jul.
- FAVA, Antonio Roberto. **Do gramofone ao CD**. Jornal da Unicamp, São Paulo, ed. 221, 21 – 27 jul. 2003. Disponível em: http://www.unicamp.br/unicamp/unicamp_hoje/ju/julho2003/ju221pg12.html.
- FEATHERSTONE, Mike. **Cultura de consumo e pós-modernismo**. São Paulo: Studio Nobel, 1995.
- FEATHERSTONE, Mike. **O desmanche da cultura**. São Paulo. Nobel, 1995.
- FONTENAY, E. *Does the music industry innovate?* Music Dish Content Express. 2002.
- FONTENAY, S. **Counterfeiting, not on line piracy, is the real plague of the music industry**. In: Music Dish Content Express. 2002.
- FRAGOSO, Suely; FRAGA DA SILVA, Dinorá (orgs.). **Comunicação na Cibercultura**. São Leopoldo: Ed. da Universidade do Vale do Rio dos Sinos, 2001.
- GARCIA DOS SANTOS, Laymert. **Politizar as novas tecnologias: O impacto sócio-técnico da informação digital e genética**. São Paulo: Editora 34, 2003.
- GROSSBERG, L. et al **Cultural Studies**. London. Routledge, 1992.

- HOME, Stewart. **Assalto à cultura: Utopia, subversão, guerrilha na (anti)arte do século 20**. São Paulo: Conrad Editora do Brasil, 1999.
- IFPI 2005 – relatório anual da Federação Internacional da Indústria Fonográfica, disponível em www.ifpi.org
- JOHNSON, Steven. **Cultura da Interface: Como o computador transforma nossa maneira de criar e comunicar**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2001.
- KAHN, Richard. KELLNER, Douglas. **Internet Subcultures and oppositional politics**. In:
<http://www.gseis.ucla.edu/faculty/kellner/essays/internetsubculturesoppositionalpolitics.pdf>
- HORKHEIMER, M; ADORNO, T.W. **Dialética do Esclarecimento**. Rio de Janeiro, Jorge Zahar Editor, 1985.
- KUSEK, David. **About the book. The future of music**. Disponível em http://www.futureofmusicbook.com/about_the_book/index.html
- _____. **New century business model. The future of music**. Disponível em http://www.futureofmusicbook.com/the_future/index.html
- KUSEK, David, LEONHARD, Gerd. **The future of music: manifesto for the digital music revolution**. Boston: Estados Unidos: Berklee Press, 2005.
- LEÃO, Lucia (org.). **O chip e o caleidoscópio – Reflexões sobre as novas mídias**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2005.
- LESSIG, Lawrence. **Free culture. How big media uses technology and the law to lock down culture and control creativity**. Nova Iorque: The Penguin Press, 2004.
 Disponível em: <http://www.free-culture.cc/freecontent>
- LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo. Editora 34, primeira reimpressão, 2001.
- LÉVY, Pierre. **As Tecnologias da Inteligência**. Rio de Janeiro. Editora 34. 1995.
- LEMOS, André. **Cibercultura: tecnologia e vida social na cultura contemporânea**. Porto Alegre: Sulina, 2002.
- LIMA, Luiz Costa. (introdução, comentários e seleção). **Teoria da Cultura de Massa**. São Paulo : Paz e Terra, 2002, 6ª ed.
- MAFFESOLI, Michel. **Tempo das Tribos: o declínio do individualismo nas sociedades de massa**. Editora Forense, 2000.
- MANOVICH, Lev. **New media as remix culture** (*in revista artphoto*), disponível em <http://www.artphoto.ro/src/editorial/newmedia.html> , 2004
- MANOVICH, Lev. **The language of new media**. Cambridge: The MIT Press, 2001.

- MARTINS, João. **Troca de Arquivos Par-a-Par: Napster, Gnutella e o Desenvolvimento de Tecnologias de Comunicação na Internet**. Niterói. Dissertação de Mestrado da UFF, 2003.
- MARTINS, Maria Helena (org.). **Rumos da crítica**. São Paulo : Editora Senac São Paulo : Itáu Cultural, 2000.
- McLUHAN, Marshall. **Understanding Media: Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Editora Cultrix, 2004.
- MCLUHAN, M. **Galaxia de Gutemberg**. São Paulo. Edusp, 1972.
- OBERHOLZER, F.; STRUMPF, K. **The effect of file sharing on record sales: an empirical analysis**, abr.2002. Papers. Disponível em: http://www.unc.edu/~cigar/papers/FileSharing_March2004.pdf
- ORTIZ, Renato. **A Moderna Tradição Brasileira: Cultura Brasileira e Indústria Cultural**. Ed. Brasiliense, 1988.
- OSORIO, Luiz Camillo. **As razões da crítica**. Rio de Janeiro : Jorge Zahar Editor, 2005.
- PATRICK, E. **Peer-to-peer web sites grow 535 percent this year**. Websense Inc. Websense, abr. 2002. Disponível em: <http://www.websense.com/company/news/pr/Display.php?Release=0204251001>
- PIZA, Daniel. **Jornalismo Cultural**. São Paulo: Editora Contexto, 2003.
- PRIMO, A. (2006). **Para além da emissão sonora: as interações no podcasting**. In: revista Intexto nº 13. Porto Alegre: UFRGS. (disponível em www.intexto.ufrgs.br)
- HARING, Bruce. **Beyond the charts: MP3 and the digital music revolution**. Los Angeles: OTC Press Book, 2000.
- REBÊLO, P. **O golpe da indústria fonográfica**. MP3 Box. 08 ago.2001. Disponível em:http://ww8.terra.com.Br/mp3box/col_rebelo_8.html.
- RENNER, Tim. **Death is not so bad: the future of the music industry**. Estados Unidos: Cyan Communications, 2005.
- RICHARD, André. **A crítica de arte**. São Paulo: Martins Fontes, 1998.
- RÜDIGER, Francisco. **Elementos para a crítica da cibercultura: sujeito, objeto e interação na era das novas tecnologias de comunicação**. São Paulo: Hacker Editores, 2002.
- SANTAELLA, Lucia. **Culturas e artes do pós-humano: Da cultura das mídias à cibercultura**. São Paulo: Paulus, 2003.

SANTAELLA, Lucia. **Por que as comunicações e as artes estão convergindo?** São Paulo: Editora Paulus, 2005.

SANTINI, R.M. **Admirável Chip novo: a música na era da Internet.** Rio de Janeiro: Epapers, 2005.

VICENTE, Eduardo. **A indústria do disco no Brasil: um breve relato.** São Paulo: ECA/USP. Disponível em: <http://intercom.org.br/papers/xxiii-ci/gt22/gt22a3.pdf>.

VAZ, Gil Nuno. **História da Música Independente.** São Paulo. Ed. Brasiliense, 1988.

Anexos

Relação das reportagens presentes no corpus de trabalho:

FOLHA DE S. PAULO - ILUSTRADA

1 - 06/01/2009

Título: Sinfonia de blogs

Assunto: Música erudita gratuita ganha espaço na web com a difusão de páginas ambiciosas, temáticas e com discurso antipirataria

Conceitos: música na internet, pirataria, direitos autorais

2 - 07/01/2009

Título: Quanto vale Lily. Cantora, que vendeu mais de 2 milhões de cópias em sua estreia, é a esperança de gravadora para sair de crise em 2009

assunto: lançamento do segundo CD da cantora inglesa Lily Allen, uma das primeiras artistas que ganhou popularidade por meio da internet.

Conceitos: relação artista X internet, indústria do entretenimento / mercado fonográfico, música na internet

3 - 08/01/2010

Título: Itunes não terá mais bloqueador

assunto: dispositivo antipirataria do iTunes

conceitos: MP3, pirataria, compartilhamento de arquivos, indústria do entretenimento / mercado fonográfico

4 - Ilustrada

13/01/2009

Título: TV pirata

Assunto: Sites ilegais que reproduzem filmes inéditos e canais de TV por assinatura viram febre

conceitos: pirataria na internet, direitos autorais

5 - 20/01/2009

Título: Da pista para a web

Assunto: site francês Awdio transmite grátis e em tempo real sets de Djs tocando em clubes do mundo todo, de São Paulo a Munique

conceito: música na internet,

6 - 23/01/2009

Título: Globo antecipa DVD de “Maysa”, hit pirata

Assunto: lançamento do DVD da minisserie Maya, devido à venda de versões piratas

conceitos: pirataria

7 -28/01/2009

Título: A alma do negócio

Assunto: Com crise da indústria fonográfica, artistas como Santogold e a dupla Groove Armada gravam músicas ou mesmo discos por encomenda de empresas

conceitos: música na internet, indústria fonográfica, relação artista X internet

8 - 07/02/2010

Título: Engenheiro de som francês “libera” gravações caseira divulgadas por blogs

Entretítulo: Raridades de João Gilberto caem na rede

assunto: relação artista X internet, música na internet, compartilhamento de arquivos

conceitos:

9 - 09/02/2010

Título: Registros caseiros de João Gilberto na web são fartos

Assunto: músicas do cantor e compositor João Gilberto disponibilizadas na internet
assunto: relação artista X internet, música na internet, compartilhamento de arquivos

10 - 10/02/2009

Título: Perdidos na tradução

Assunto: Associação brasileira antipirataria consegue tirar do ar sites que abrigam legendas em português para filmes e seriados
conceitos: pirataria, direitos autorais, indústria do entretenimento

11 - 20/02/2009

Título: O novo U2

Assunto: novo álbum da banda irlandesa U2 vaza na internet antes do lançamento oficial
conceitos: relação artista X internet, indústria do entretenimento / mercado fonográfico, música na internet

12 - 22/02/2009

Título: Shows raros de Maria Bethânia caem na internet

Assunto: gravações não-oficiais da cantora Maria Bethânia disponibilizadas na internet
assunto: relação artista X internet, música na internet, compartilhamento de arquivos

13 - 25/02/2009

Título: Depeche Mode celebra sua “escuridão natural”

Assunto: lançamento do CD da banda inglesa Depeche Mode, cujas músicas “vazaram” na internet
conceitos: relação artista X internet, indústria do entretenimento / mercado fonográfico, música na internet

14 - 03/03/2009

Título: Ação entre amigos

Assunto: Disco de estreia da paulistana Tiê evidencia modo de produção colaborativo entre músicos e artistas da cena independente
conceitos: indústria fonográfica

15 - 04/03/2009

Título: Conexão Pop

Assunto: O colunista Thiago Ney fala sobre como a internet mudou a forma como a cultura é distribuída, comercializada e consumida.
conceitos: música na internet, indústria fonográfica, relação artista X internet

16 - 01/04/2009

Título: Conexão Pop

Assunto: Google chinesa oferece downloads gratuitos de música
conceitos: música na internet, indústria fonográfica,

17 - 06/04/2009

Título: Sexo, moda e sintetizadores

Assunto: Yeah, Yeah, Yeahs, um dos principais nomes do “novo rock”, lança 3o disco. Músicas vazaram na internet.
conceitos: música na internet, indústria fonográfica, relação artista X internet

18 - 16/04/2009

Título: Vendas de música no Brasil crescem 6,5% em 2008

Assunto: Segmento digital, que inclui vendas em internet e por telefonia celular, teve um crescimento de 79,1% ao ano de 2007
conceitos: música na internet, indústria fonográfica,

19 - 18/04/2009

Título: Julgamento do site PirateBay condena quatro

Assunto: julgamento PirateBay

conceitos: música na internet, pirataria, compartilhamento de arquivos, indústria fonográfica,

20 - 21/04/2009

Título: Pé na Tábua

Assunto: Neil Young lança seu 32o álbum e coloca o disco no MySpace de graça.

conceitos: música na internet, indústria fonográfica, relação artista X internet

21 - 02/05/2009

Título: Turnê do Coldplay dará álbum de graça a fãs

Assunto: o álbum estará disponível também no site da banda

conceitos: música na internet, indústria fonográfica, relação artista X internet

22 - 12/05/2009

Título: Remixer.com

Assunto: Documentário discute direito autoral na era da informação a partir do produtor americano Girl Talk

conceitos: direitos autorais, música na internet, indústria fonográfica, relação artista X internet

23 - 13/05/2009

Título: Teste aponta superioridade do vinil

Assunto: Enquanto gravadora volta a apostar no formato, Folha convida três experts a distinguir, às escuras, o som da bolacha e do CD

conceitos: formatos de suportes para música, indústria fonográfica,

24 - 13/05/2009

Título: De Eminem St. Vincent

Assunto: Após hiato de quatro anos, rapper norte-americano retorna com seu sexto álbum, que já caiu na internet

conceitos: música na internet, indústria fonográfica, relação artista X internet

25 - 13/05/2009

Título: Coldplay libera disco ao vivo para download

Assunto: a banda inglesa Coldplay disponibilizou o disco ao vivo LeftRightLeft-RightLeft para download gratuito em seu site oficial

conceitos: música na internet, indústria fonográfica, relação artista X internet

26 - 20/05/2009

Título: Cai na rede novo Sonic Youth, "The Eternal", disco com referências à arte da vanguarda e que marca volta à independência

Assunto: músicas do álbum vazaram na internet

conceitos: música na internet, indústria fonográfica, relação artista X internet

27 - 20/05/2009

Título: Presente e futuro da música

Assunto: Teorias e livros tentam entender e prever como será o modelo de negócio da indústria fonográfica

conceitos: música na internet, indústria fonográfica, pirataria, relação artista X internet

28 - 02/06/2009

Título: Caça aos Piratas – Tribunais e leis apertam o cerco contra sites de downloads ilegais; o popular Mininova vai a julgamento hoje

E3

Título: Site cria recursos para tentar evitar ações judiciais

assunto: julgamento do site Mininova e PirateBay

conceitos: pirataria na internet, direitos autorais, compartilhamento de arquivos,

29 - 01/07/2009

Título: PirateBay vai ser vendido e pretende legalizar conteúdo

Assunto: Site, condenado por pirataria, terá conteúdo legalizado

conceitos: música na internet, compartilhamento de arquivos, pirataria, indústria de entretenimento / mercado fonográfico

30 - 05/07/2009

Título: Só no Gogó

Assunto: Conheça 12 nomes da nova geração de cantores brasileiros, que participam ativamente de todas as etapas de criação de álbuns. Músicos opinam sobre a distribuição da música na internet.

conceitos: música na internet, relação artista x internet, indústria de entretenimento / mercado fonográfico

31 - 20/07/2009

Título: Ameaça Virtual

Assunto: Especializada em combate à pirataria e ao desrespeito autoral, empresa inglesa fatura ao policiar a rede; entre clientes estão Prince e Prodigy

conceitos: música na internet, pirataria, direitos autorais, relação artista x internet, indústria de entretenimento / mercado fonográfico

32 - 01/08/2009

Título: Vendido, PirateBay se torna alvo de artilharia jurídica

Assunto: Nesta semana, Disney e Universal, entre outras empresas de Hollywood, entraram com ação contra site sueco

conceitos: música na internet, pirataria, legislação / direitos autorais, indústria de entretenimento / mercado fonográfico

33- 09/08/2009

Título: Internet assombra festa da TV paga

Assunto: A TV paga comemora 20 anos sob ameaça da internet. Reportagem faz um paralelo com a crise da indústria fonográfica

conceitos: música na internet, pirataria, indústria de entretenimento / mercado fonográfico

34 - 17/08/2009

Título: Ascensão e queda do MySpace

Assunto: Autora de livro que conta a trajetória da rede social MySpace que foi trampolim para várias bandas fala sobre os problemas do site e da concorrência do Facebook

conceitos: música na internet, indústria de entretenimento / mercado fonográfico

35 - 18/08/2009

Título: Armário faz música para amigos virtuais

Assunto: No Festival de Artes de Edinburgo, robô monitora Facebook, MySpace e Twitter e relaciona emoções a 20 trechos de música

conceitos: música na internet, indústria de entretenimento / mercado fonográfico

36 - 20/08/2009

Título: YouQuê?

Assunto: Um dos dez mais acessados na China, site censura temas sensíveis ao governo e paga para usar vídeos da TV estatal.

conceitos: música na internet, pirataria, indústria de entretenimento / mercado fonográfico

37 - 28/08/2009

Título: Lilly Allen usa Twitter para ameaçar blogueiro

Assunto: Cantora usou site para retrucar comentário feito pelo americano Perez Hilton

conceitos: música na internet, relação artista x internet

38 - 29/08/2009

Título: Condenação do site Mininova é ineficaz

Assunto: Artigo faz análise do julgamento do site Mininova condenado por pirataria

conceitos: música na internet, pirataria, legislação / direitos autorais, indústria de entretenimento / mercado fonográfico

39 - 01/09/2009

Título: Com YouTube, Vanusa volta a ser hit

Assunto: Cantora aparece em vídeo errando sem parar a letra do hino nacional, em evento na Assembleia Legislativa de SP

conceitos: música na internet, relação artista x internet

40 - 09/09/2009

Título: Ironia do Muse salva novo álbum, que flerta com anos 70

Assunto: músicas do novo álbum “caíram” na internet

conceitos: música na internet, relação artista x internet

41 - 09/09/2009

Título: Artic Monkeys vira adulto, sem caretice

Assunto: crítica do novo álbum do grupo Artic Monkeys, uma das primeiras bandas a usar a internet como arma e crescer exponencialmente

conceitos: música na internet, relação artista x internet

42 - 09/09/2009

Coluna Conexão Pop

Título: A melhor época para estar vivo

Assunto: Spotify, serviço que armazena músicas em streaming

conceitos: música na internet, indústria de entretenimento / mercado fonográfico

43 - 18/09/2009

Título: Hoje o mangubeat não passaria de duas comunidades no Orkut

Assunto: Fred Zero Quatro, vocalista da banda Mundo Livre S/A fala sobre o movimento musical surgido em Pernambuco no início dos anos 90 e critica as mudanças ocorridas na música com a chegada da internet

conceitos: música na internet, relação artista x internet, indústria de entretenimento / mercado fonográfico

44 - Coluna Conexão Pop

Título: Barulho, mas com melodia

Assunto: Pesquisa destrincha hábitos de consumo de música na net

conceitos: consumo de música, música na internet, MP3, compartilhamento de arquivos, indústria de entretenimento / mercado fonográfico

45 - 30/09/2009

Coluna Conexão Pop

Título: Piratear ou não piratear

Assunto: Opiniões de Fred Zero Quatro e Lilly Allen sobre música digital escapam do senso comum no universo pop

conceitos: música na internet, compartilhamento de arquivos, pirataria, relação artista x internet, indústria de entretenimento / mercado fonográfico

46- 01/10/2009

Título: 'Estou completamente fora de moda'

Assunto: Em tempos de download, Maria Bethânia lança CDs de modo tradicional e comenta carreira de cantoras que projetou

conceitos: música na internet, relação artista x internet, indústria de entretenimento / mercado fonográfico

47 - 02/10/2009

Título: Pirataria é instrumento essencial de divulgação

Assunto: Principal nome do melody, AR-15 grava faixas em casa e entrega a camelôs

conceitos: música na internet, pirataria, relação artista x pirataria, indústria de entretenimento / mercado fonográfico

48 - 10/10/2009

Título: Selo e produtora YB 'sincroniza' música com cinema e anúncios

Assunto: Como se sustentar com música? Esta é provavelmente uma questão no meio hoje. A gravadora YB tem uma resposta.

Conceito: indústria do entretenimento / mercado fonográfico

49 - 14/10/2009

Coluna Conexão Pop

Título: A internet ainda assusta

Assunto: Gente como Sufjan Stevens e James Murphy se manifestam contra o download ilegal de músicas

Conceitos: música na internet, pirataria, relação artista x pirataria, indústria de entretenimento / mercado fonográfico

50 - 18/10/2009

Título: Banda funciona como uma grande empresa

Assunto: Músicos do grupo cearense Aviões do Forró distribuem 50 mil CDs por mês

Conceitos: pirataria, relação artista x pirataria, indústria de entretenimento / mercado fonográfico

51 - 23/10/2009

Título: Teles avançam sobre a música

E7 – Falta de lojas virtuais e pirataria andam juntas

Assunto: No país em que o iTunes não chega e em que as gravadoras ficaram acuadas pela pirataria, empresas de telefonia tomam as rédeas da música digital

Conceitos: música na internet, pirataria, direitos autorais, indústria de entretenimento / mercado fonográfico

52 - 09/11/2009

Título: Letra Morta

Assunto: Normas menos rígidas e regulação estatal devem servir de base à nova lei do direito autorais; pelas regras válidas atualmente, incontáveis usuários da internet estão na ilegalidade

Conceitos: música na internet, pirataria, legislação / direitos autorais, indústria de entretenimento / mercado fonográfico

53 - 14/11/2009

Título: Superloja de discos do Rio deve R\$ 3,3 milhões

Assunto: loja perdeu 40% do faturamento, reflexo dos tempos de internet

Conceitos: música na internet, pirataria, indústria de entretenimento / mercado fonográfico

54 - 28/12/2009

Título: O ano da sorte

Assunto: música brasileira teve em 2009 um dos períodos mais férteis da década artisticamente, mesmo com as adversidades da pirataria, MP3 e veiculação virtual de música

Conceitos: música na internet, pirataria, indústria de entretenimento / mercado fonográfico

55 - 31/12/2009

Título: Vinil salva lojas em tempos de pirataria

Assunto: Enquanto a venda de CDs cai, saudosistas, colecionadores e DJs vão atrás da bolacha preta,
Conceitos: música na internet, pirataria, indústria de entretenimento / mercado fonográfico

FOLHA DE S. PAULO - INFORMÁTICA

1 - 21/01/2009

Título: Crie toques de celular a partir de arquivo MP3

Assunto: reportagem aborda difusão da música na telefonia celular

conceitos: difusão musical na internet, compartilhamento de arquivos,

2 - 28/01/2009

Título: Antes pró-pirataria, banda contrata “xerife da rede”

Assunto: a banda escocesa Franz Ferdinand recorreu ao Web Sheriff para notificar sites que distribuem músicas ilegalmente

conceitos: música na internet, pirataria, direitos autorais, indústria fonográfica, compartilhamento de arquivos, relação artista X internet

3 - 28/01/2009

Título: Músicos pedem que fãs editem conteúdo

Assunto: Banda Nine Inch Nails colocou na rede filme em alta definição que pode ser modificado por internautas

conceitos: música na internet, pirataria, indústria fonográfica, compartilhamento de arquivos, relação artista X internet, cultura colaborativa

4 - 28/01/2009

Título: Em bate-papo, Gilberto Gil defende liberdade na rede

Assunto: Gil manifestou sua opinião sobre a Lei Azeredo

conceitos: música na internet, pirataria, direitos autorais, indústria fonográfica, compartilhamento de arquivos, relação artista X internet

5 - 25/02/2009

Título: Baixe vídeos do YouTube para vê-los quando estiver off-line

Assunto: julgamento PirateBay

conceitos: música na internet, indústria fonográfica, compartilhamento de arquivos,

6 - 04/03/2009

Título: Julgamento de piratas tem risos, cifras milionárias, blog e Twitter

Assunto: julgamento PirateBay

conceitos: música na internet, pirataria, direitos autorais, indústria fonográfica, compartilhamento de arquivos,

7 - 25/03/2009

Título: A Era do MP3

Assunto: Aos 30 anos, CD perde espaço, na música, para os arquivos digitais

Vendas de CDs caem aos milhões no mundo todo

“Guerra” leva volume de discos às alturas

Comércio digital é esperança da indústria

Quem vai morrer logo, logo, é o MP3

Geração iPod: apesar da qualidade inferior, jovens preferem som do MP3

conceitos: música na internet, indústria fonográfica, compartilhamento de arquivos,

8 - 15/04/2009

Título: Aula de música

Assunto: Vídeos de amadores e profissionais no YouTube ensinam a tocar instrumentos; sites internacionais vendem aulas virtuais ministradas pelos próprios artistas
conceitos: música na internet, indústria fonográfica, relação artista X internet,

9 - 22/04/2009

Título: Anúncios de grandes empresas aparecem em sites piratas
Assunto: Por meio de anúncios, dezenas de empresas de grande porte ajudam a financiar sites que violam os direitos autorais
conceitos: música na internet, pirataria, direitos autorais, indústria fonográfica,

10 - 13/05/2009

Título: Som na nuvem
Assunto: Cresce nos EUA número de jovens que ouvem música direto na internet, sem baixar para o computador; confira sites que oferecem canções on-line
conceitos: música na internet, indústria fonográfica, compartilhamento de arquivos,

11 - 02/06/2009

Título: Música para brincar
F3 – Música toma conta de Los Angeles.
Assunto: Jogo Beatles rock band é destaque em uma feira de entretenimento eletrônico. Beatles, Coldplay e Rihanna emprestam canções para novos games
conceitos: música na internet, indústria do entretenimento / mercado fonográfico, relação artista x tecnologia

12 - 12/06/2009

Nota - Título: Aquele Abraço 1
Assunto: os fundadores do Last.fm, rede social focada em música, venderam o site para a CBS, gigante norte-americana de comunicação.
conceitos: música na internet, indústria do entretenimento / mercado fonográfico.

13 - 17/06/2009

Nota – Em fraude, grupo compra as próprias músicas
Assunto: um grupo de nove pessoas foi preso por comprar as próprias músicas em lojas virtuais com cartões de crédito roubados com o objetivo de aumentar a arrecadação de direitos autorais
conceitos: música na internet, direitos autorais, relação artista x música na internet, indústria do entretenimento / mercado fonográfico.

14 - 17/06/2009

Título: A internet e a lei
Assunto: Governos buscam controlar uso da rede; internautas denunciam ataque à privacidade
F4 – Troca de arquivos impulsiona a economia
Assunto: Estudo aponta que tecnologia diminui custos de produção e permite a artistas atingir alcance ainda maior
conceitos: música na internet, legislação / direitos autorais, relação artista x música na internet, indústria do entretenimento / mercado fonográfico.

15 - 1 de julho 2009

Título: Internet não é a culpada dos crimes
assunto: Entrevista com Peter Sunde, cofundador do site PirateBay
conceitos: pirataria na internet, legislação /direitos autorais, compartilhamento de arquivos, cultura livre

16 - 30/08/2009

Título: Nós não vamos pagar nada? O jornalista Chris Anderson, editor da revista Wired, defende em seu novo livro que empresas podem ganhar dinheiro distribuindo conteúdo e produtos de graça

Assunto: entrevista com Chris Anderson, editor da revista de tecnologia e novas tendências Wired
conceitos: pirataria na internet, direitos autorais, compartilhamento de arquivos, cultura livre

17 - 23/09/2009

Título: Mais privacidade é tema de campanha do Partido Pirata
Assunto: Na Alemanha, ativistas disputam o poder defendendo causas como o download livre e a transparência
conceitos: música na internet, pirataria, legislação / direitos autorais, indústria de entretenimento / mercado fonográfico

18 - 07/10/2009

Título: Seja você o DJ
F4 – DJs apontam vantagens de programas
F5 – Sites ajudam a fazer seleções musicais
Sites atraem investidores e produzem álbuns de novatos
Assunto: Dicas de como baixar músicas, montar playlists,

19 - 28/10/2009

Título: Música impulsiona acordo de gigantes
E7 – Falta de lojas virtuais e pirataria andam juntas
Assunto: Mercado espera que Google anuncie seu iTunes; Facebook turbina com canções loja de presentes
Conceitos: música na internet, pirataria, direitos autorais, indústria de entretenimento / mercado fonográfico

20 - 11/11/2009

Título: Busca de vídeo do Yahoo! foca música
Assunto: O Yahoo! inaugurou melhorias no seu mecanismo de pesquisa de vídeos enfatizando a música
Conceitos: música na internet, indústria de entretenimento / mercado fonográfico

21 - 18/11/2009

Título: Música à venda
F4 e F5 – Nokia lança sua loja virtual de música
Gravadoras ampliam distribuição
Música digital irá mudar radicalmente
Assunto: Gravadoras, operadoras e fabricantes de celular apostam em serviços digitais especiais para tentar convencer consumidores a comprar canções
Conceitos: música na internet, indústria de entretenimento / mercado fonográfico

22 - 18/11/2009

Título: Música digital é destaque na TED
Assunto: A tecnologia de transmissão de dados Bluetooth já está sendo usada na distribuição de música em algumas comunidades de periferia.
Conceitos: música na internet, indústria de entretenimento / mercado fonográfico

23 - 02/12/2009

Título: Usuário sempre vai driblar censura, diz cineasta
Assunto: Em entrevista à Folha, o diretor do documentário “Steal This Film” (roube este filme) fala sobre direitos autorais e liberdade na internet
Conceitos: música na internet, direitos autorais, indústria de entretenimento / mercado fonográfico

O Estado de S. Paulo - Caderno 2

1 - 01/01/2009

Título: Cantoras, bossa nova e mistureba de gêneros

Assunto: tendências musicais em 2009 – segmentação, não estilo e propagação da música via web, produção independente

Conceitos: música na internet, mercado fonográfico

2 - Data: 21/01/2009

Título: Kuarup Discos encerra suas atividades

Assunto: encerramento da gravadora

Conceitos: crise no mercado fonográfico, download de música

3 - Data: 28/01/2009

Título: O retorno dos bolachões

Assunto: o interesse por discos de vinil cresce entre novos consumidores

Conceito: mercado fonográfico,

4 - Data: 13/02/2009

Título: Warner oferece catálogo para download

Assunto:

Conceitos: música na internet, mercado fonográfico,

5 - Data: 18/02/2009

Título: Coldplay foi o mais vendido do mundo

Assunto: recorde de downloads na internet

Conceitos: música na internet, compartilhamento de arquivos, mercado fonográfico

6 - Data: 21/02/2009

Título: U2 aponta para novos horizontes

Assunto: Novo CD vaza na web uma semana antes do lançamento

Conceitos: música na internet, mercado fonográfico

7 - Data: 11/03/2009

Título: YouTube bloqueia clipes do Reino Unido

Assunto: O site de vídeos YouTube bloqueou a transmissão dos vídeos musicais mais populares, fornecidos pelas gravadoras no Reino Unido.

Conceitos: música na internet, pirataria, direitos autorais, indústria fonográfica.

8 - Data: 13/03/2009

Título: Artistas defendem música gratuita

Assunto: um grupo de artistas (Ed O'Brien, Robbie Williams, Annie Lennox e Billy Bragg) criticou uma proposta que quer tornar crime o ato de baixar músicas pela internet.

Conceitos: música na internet, relação artista x internet, indústria fonográfica.

9 - Data: 18/03/2009

Título: Cidade vive boom de compositoras

Assunto: radicadas em São Paulo, novas autoras lançam seus primeiros álbuns e comentam sobre a divulgação da música na internet

Conceitos: música na internet, relação artista x internet, indústria fonográfica.

10 - Data: 20/03/2009

Título: Chegou o expresso da angústia

Assunto: Turnê no Brasil da banda Radiohead, que lançou o álbum In Rainbows na internet, em 2007.

Conceitos: música na internet, relação artista x internet

11 - Data: 28/03/2009

Título: Marilyn Manson põe inédita na internet

Assunto: o músico lançou gratuitamente uma canção de seu novo álbum no site oficial.

Conceitos: música na internet, relação artista x internet

12 - Data: 31/03/2009

Título: Dylan põe nova composição na internet

Assunto: A primeira música do novo álbum de Bob Dylan, *Beyond Here Lies Nothin*, já está disponível para download livre e gratuito no site do artista

Conceitos: música na internet, relação artista x internet

13 - Data: 12/04/2009

Título: Erudita, mas popular

Assunto: A música clássica parte em busca de novo público, repensando a experiência do concerto ao vivo e apostando na internet como ferramenta de divulgação

Conceito: música na internet

14 - Data: 12/04/2009

Título: Lições de Beethoven em Ruanda

Assunto: Lançamentos atualizam compositores na busca por diálogo com plateias (o repórter faz uma reflexão sobre como a “o avassalador balde de democracia da internet na produção e recepção de música transformou a derrocada anunciada da indústria num inesperado e promissor recomeço”)

Conceitos: música na internet, relação artista X internet, indústria fonográfica

15 - Data: 17/04/2009

Título: As meninas da banda

Assunto: Com o Fake Number como maior aposta, uma nova geração de garotas vem ganhando espaço e traz na bagagem “internet, Pitty, Avril Lavigne e preconceito”.

Conceitos: música na internet, relação artista X internet

16 - Data: 17/04/2009

Título: A escalada surreal da esquisitona

Assunto: Revelada na TV britânica, a escocesa Susan Boyle, dona de um vozeirão, vira febre na web e emociona o mundo

Continuação: D5

Procura-se Susan desesperadamente

Conceitos: música na internet, relação artista X internet, indústria fonográfica.

17 - Data: 02/05/2009

Título: Coldplay vai presentear fãs com CD ao vivo

Assunto: A banda vai dar o CD para os fãs que forem aos shows e disponibilizar de graça na web

Conceitos: música na internet, relação artista x internet

18 - Data: 15/05/2009

Título: “Eu tenho saudade de São Paulo”

Assunto: Em um trecho da matéria sobre o lançamento de seu CD, Caetano comenta sobre disponibilizar música na internet

Conceitos: música na internet, relação artista x internet

19 - Data: 28/05/2009

Título: Hermeto e as lições de mestre

Assunto: o músico Hermeto Paschoal participa do encontro Sala do Professor Buchanan's ra Rádio Eldorado. A matéria encerra informando que o repertório dos 25 discos do músico estaria à disposição em seu site para download.

Conceitos: música na internet, relação artista x internet

20 - Caderno 2 – D3

Data: 15/06/2009

Título: Pitty equaliza psicodelia em novo CD

Assunto: Cantora lança terceiro álbum nos formatos: vinil, CD, digital e para celulares

Conceitos: música na internet, relação artista X internet, indústria fonográfica.

21 - Caderno 2 – D3

Data: 15/06/2009

Título: Todos unidos contra a pirataria de filmes

Assunto: Nova campanha mostrará que prática prejudica evolução do cinema nacional

Conceitos: pirataria

22 - Caderno 2 – D4

Data: 22/06/2009

Título: Ecad enfrenta as fogueiras juninas

Assunto: Escritório de Arrecadação dos Direitos Autorais cria polêmica ao cobrar por trilhas executadas durante as quadrilhas.

Conceitos: direitos autorais

23 - Caderno 2 – D8

Data: 07/08/2009

Título: Preço de CDs e DVDs pode cair com a nova lei

Assunto: medida combate a pirataria

Conceitos: pirataria, mercado fonográfico

24 - Caderno 2 – D9

Data: 07/08/2009

Título: Information Society na era das redes

Assunto: O futuro que ao grupo de Minneapolis enxergava chegou e a banda ressucitou. Banda comenta sobre a distribuição de música pela internet

Conceitos: música na internet, relação artista x internet

25 - Caderno 2 – D10

Data: 07/08/2009

Título: Nas malhas da internet, aos 70 anos

Assunto: o compositor Marlos Nobre surpreende fãs e discípulos ao aderir à rede, que planeja para a venda de suas partituras

Conceitos: música na internet, relação artista x internet

26 - Caderno 2 – D7

Data: 04/09/2009

Título: A voz e o violão de Lucas Santanna, sem amarras

Assunto: Compositor apresenta seu quarto disco no Sesc Pompeia, aproveitando as ricas possibilidades da internet para não ficar preso aos moldes e padrões do passado

Conceitos: música na internet, relação artista x internet

27 - Caderno 2 - capa

Data: 28/09/2009

Título: “Não sou um saudosista”

Assunto: Arnaldo Antunes concede entrevista sobre o lançamento do CD Iê iê iê e responde a pergunta: “como avalia a crise da indústria fonográfica?”

Conceitos: música na internet, relação artista X internet, indústria fonográfica.

Caderno 2 – D16

Data: 03/10/2009

Título: “Vamos para os próximos 60 anos”

Assunto: o cantor Zé Ramalho dá entrevista e responde a pergunta: “você disponibilizaria todo um disco seu na internet e deixaria que os internautas pagassem quanto quisessem?”

Conceitos: música na internet, relação artista x internet

28 - Data: 07/10/2009

Título: Franz Ferdinand ‘inventa’ sistema de distribuição musical

Assunto: Em entrevista ao Estado, líder do grupo escocês prevê que, num futuro próximo, alugar canções será tônica do mercado. A entrevista apresentou perguntas relacionadas à “problemática da distribuição de música nos dias atuais”.

Conceitos: música na internet, relação artista x internet

29 - Título: Show do U2 vai ser transmitido ao vivo na web

Assunto: a banda anunciou que iria transmitir gratuitamente a íntegra do show na Califórnia no site YouTube.

Conceitos: música na internet, relação artista x internet

30 - Data: 03/11/2009

Título: Chorão ‘tá na atividade’ em novo CD

Assunto: Chorão volta a gravar com a banda Charlie Brown Jr. Uma das músicas do álbum vazou na internet e o roqueiro dá sua opinião a respeito.

Conceitos: música na internet, relação artista x internet

31 - Data: 13/11/2009

Título: Cláudia Dorei lança *Respire*, que já estava na rede

Assunto: Cantora disponibilizou o novo álbum na internet antes de colocá-lo à venda

Conceitos: música na internet, relação artista x internet

32 - Data: 13/11/2009

Título: Disco solo do vocalista dos Strokes sai no País

Assunto: Julian Casablancas, vocalista dos Strokes, disponibiliza algumas músicas no MySpace antes de lançar álbum solo

Conceitos: música na internet, relação artista x internet

33 - Data: 06/08/2009

Título: A vida após a revolução da web 2.0

Assunto: Artistas do projeto Prata da Casa refletem sobre a última década e o futuro do mercado, incluindo a distribuição de música na internet

Conceitos: música na internet, relação artista x internet

34 - Data: 09/11/2009

Título: A revolta dos autores

Assunto: uma anunciada revisão da lei de direitos autorais instaura campo de batalha na cultura. Continuação – pág D3

Título: Direito autoral vira campo de batalha

Assunto: Entidade com 23 mil associados, entre eles Ivete, Caetano e Tom Zé, acusa texto do governo de “estatista e intervencionista”.

Conceitos: direitos autorais, relação artista X internet, música na internet

35 - Data: 12/11/2009

Título: Ed Motta de volta à pista influenciado por Rita Lee

Assunto: Músico disponibilizou canção na internet

Conceitos: música na internet, relação artista x internet

36 - Data: 25/12/2009

Título: U2 oferece CD de remixes para usuário de site

Assunto: A banda irlandesa colocou à disposição dos usuários que assinam sua página oficial na internet o CD de remixes *Artificial Horizon*.

Conceitos: música na internet, relação artista x internet

37 - Data: 03/02/2010

Título: “Se eu não toco, não componho”

Assunto: Edu Lobo concede entrevista sobre o novo CD e comenta sobre música na internet.

Conceitos: música na internet, relação artista x internet, indústria fonográfica.

Estado de S. Paulo – Link

1 - Data: 05/01/2009

Título: “Vamos trazer o criador da web para polemizar”

Assunto: entrevista com Marcelo Branco, organizador da Campus Party Brasil

Conceitos: pirataria, música na internet, Mp3, compartilhamento de arquivos

2 -Data: 26/01/2009

Título: Campuseiro dá o tom da Campus Party 2009

Assunto:.quantidade de uploads foi maior do que as de downloads

Conceito: pirataria

3 - Data: 02/02/2009

Título: Você baixa músicas, filmes e jogos? Coloca músicas no iPod? Ripa CDs para ouvir no computador? Coloca música como toque de celular? Copia DVDs? Troca músicas com celulares por Bluetooth?

L4

Título: Leis contra piratas vivem impasse em todo mundo

L5

Título: Alternativa ao conteúdo ilegal vem do mercado

L6

Título: Troca de dados é a pedra fundamental da internet

L7

Título: Competir em vez de combater - entrevista com o jornalista Matt Mason, autor do livro *The Pirate’s Dilemma*.

L8

Título: “Problema não são os piratas – é a lei” - entrevista com Lawrence Lessig, criador do Creative Commons

Conceitos: música na internet, pirataria, compartilhamento de arquivos, legislação / direitos autorais, indústria do entretenimento / mercado fonográfico

4 - Data: 16/02

Título: Youtube deverá permitir download

Assunto:

Conceitos: música na internet

5 - Data: 19/02/2009

Título: A festa das tribos digitais

Assunto: Campus Party 2009 – donwloads e uploads

Conceitos:

6 - Data: 23/02/2009

Título: PirateBay transforma julgamento em espetáculo

Assunto: julgamento do site PirateBay

Conceitos: música na internet, legislação / direitos autorais compartilhamento de arquivos, pirataria.

7 - Data: 02/03/2009

Título: Sob risos, indústria depõe no julgamento do PirateBay

Assunto: reportagem sobre a segunda semana de julgamento do site PiraBay, acusado de pirataria

Conceitos: música na internet, compartilhamento de arquivos, pirataria, direitos autorais, indústria do entretenimento / mercado fonográfico

8 - Data: 02/03/2009

Título: Brasileiros buscam vaga na Orquestra do YouTube

Assunto: Vencedores do concurso feito pelo site irão se apresentar no Carnegie Hall. Músicos de 70 países inscreveram três mil vídeos para ter a chance de tocar no Carnegie Hall em Nova York.

Conceitos: música na internet, cultura colaborativa, indústria do entretenimento / mercado fonográfico,

9 - Data: 23/03/2009

Título: Aplicativos para celular são nova aposta da Apple\

Assunto: Coluna de Pedro Doria mostra as novidades da Apple e cita o iPod e a loja de músicas online iTunes.

Conceitos: música na internet, indústria do entretenimento / mercado fonográfico,

10 - Data: 13/04/2009

Título: França rejeita lei contra pirataria

Assunto: O Parlamento da França rejeitou um projeto de lei que previa a desconexão de internautas pegos fazendo pirataria na internet

Conceitos: música na internet, pirataria, direitos autorais,

11 - Data: 13/04/2009

Título: YouTube e Universal preparam novo site

Assunto: os dois gigantes do entretenimento anunciaram planos para lançar o Vevo.com, um site com músicas e clipes de artistas da gravadora

Conceitos: música na internet, indústria do entretenimento / mercado fonográfico

12 - Data: 13/04/2009

Título: iTunes agita mercado com novos pacotes

Assunto: Apple e gravadoras apostam em um novo sistema de preços em três níveis na iTunes Store para estimular as vendas de música online.

Conceitos: música na internet, indústria do entretenimento / mercado fonográfico

13 - Data: 20/04/2009

Título: Pirate Bay: a reação das 'majors'

Assunto: com derrota do site sueco, indústria deve intensificar ações antipirataria; risco é aumentar tensão com internautas

Conceitos: música na internet, pirataria, compartilhamento de arquivos. direitos autorais, indústria do entretenimento / mercado fonográfico,

14 - Data: 27/04/2009

Título: O cerco ao PirateBay e o tiro no pé da indústria fonográfica

Assunto: Julgamento do PirateBay

Conceito: pirataria, direitos autorais, música na internet, compartilhamento de arquivos.

15 - Data: 04/05/2009

Título: MSN Música é só outra rádio online

Assunto: Microsoft cria comunidade para ouvir músicas, não usa força do Windows e perde para sites mais antigos

Conceitos: música na internet, indústria do entretenimento / mercado fonográfico,

16 - Data: 13/05/2009

Título: 'Já se foi o tempo de apontar o dedo'

Assunto: Para a banda Jota Quest, em vez de ir contra quem baixa música, gravadora precisa procurar soluções como o download patrocinado

Conceitos: música na internet, pirataria, compartilhamento de arquivos, indústria do entretenimento / mercado fonográfico, relação artista x música na internet

17 - Data: 25/05/2009

Título: Lei Azeredo põe em risco liberdades individuais

Assunto: artigo traz análise sobre o projeto de lei 84-99 para crimes de informática

Conceitos: música na internet, pirataria, direitos autorais,

18 - Data: 08/06/2009

Título: Guitarra, bateria, metais e internet

Assunto: Grupo brasileiro Móveis Coloniais de Acaju lança o álbum C_mpl_te pela rede, explorada pela banda desde muito antes da fama

Conceitos: música na internet, relação artista x internet

19 - Data: 08/06/2009

Título: Duas mentes e um futuro digital

Assunto: O que o pesquisador russo Lev Manovich e o brasileiro Artur Matuck, dois dos maiores pensadores da sociedade pós-digital, pensam sobre as mudanças e desafios de hoje?

Conceitos: era digital, cultura livre, cultura colaborativa

20 - Data: 15/06/2009

Título: Música social

Assunto: Cada vez mais compartilhada, a música do século 21 mudou nossos hábitos e a internet; mas a lei ainda não acompanhou estas mudanças

L2

Título: Brasil pode ter sua própria 'lei Sarkozy'

Assunto: Projeto de lei apresentado há 10 dias pode até desconectar internauta que baixar música ilegal; especialistas reagem

L3

Título: Ouvir música na internet

Assunto: Um quadro relaciona e explica o que é legal e o que é ilegal no consumo de música na internet

L4 e L5

Título: Cada vez mais sozinhos ou mais conectados?

Assunto: ao tornar-se portátil e digital, a música vem mudando o comportamento das pessoas ao mesmo tempo em que estas mudam sua relação com a música

Conceitos: música na internet, pirataria, compartilhamento de arquivos, direitos autorais, relação artista x internet, indústria do entretenimento / mercado fonográfico, visão do consumidor

21 - Data: 22/06/2009

Título: Uma pirata de 21 anos rumo ao Parlamento

Assunto: Entrevista com Amelia Andersdotter, candidata ao Parlamento Europeu pelo Partido Pirata que defende o download livre

Conceitos: música na internet, cultura livre, pirataria, compartilhamento de arquivos, direitos autorais, indústria do entretenimento / mercado fonográfico,

22 - Data: 29/06/2009

Título: "Não serei preso. Venceremos no final."

Assunto: entrevista com Perter Sunde, dono do site PirateBay sobre o julgamento movido pelas gravadoras na Suécia.

Conceitos: música na internet, pirataria, direitos autorais, indústria do entretenimento / mercado fonográfico,

23 - Data: 29/06/2009

Título: Era do disco morre com Michael Jackson

Assunto: é impossível quantificar downloads envolvendo o rei do pop – que em vida vendeu 750 milhões de discos – após sua morte

Conceitos: música na internet, compartilhamento de arquivos, indústria do entretenimento / mercado fonográfico,

24 - Data: 06/07/2009

Título: Pensadores pop discutem sobre o preço do futuro

Assunto: Chris Anderson, autor do livro Free, diz que era digital tornará serviços gratuitos

Conceitos: música na internet, cultura livre, indústria do entretenimento / mercado fonográfico,

25 - Data: 06/07/2009

Título: Lei Azeredo está em vias de ser derrubada

Assunto: Críticas à lei que trata de crimes na internet

Conceitos: música na internet, pirataria, direitos autorais

26 - Data: 06/07/2009

Título: Groovesharck traz músicas do mundo

Assunto: Site disponibiliza acervo com mais de 7 milhões de músicas para serem ouvidas via streaming gratuitamente.

Conceitos: música na internet, indústria do entretenimento / mercado fonográfico,

27 - Data: 06/07/2009

Título: 'Discografias' sai e volta no Orkut

Assunto: A comunidade do Orkut 'Discografias', no qual cerca de 1 milhão de internautas disponibilizavam links para baixar músicas – muitas delas consideradas 'piratas', saiu e voltou ao ar.

Conceitos: música na internet, indústria do entretenimento / mercado fonográfico,

28 - Data: 06/07/2009

Título: Google passa a oferecer MP3 de graça na China

Assunto: Google anunciou que irá oferecer links para download gratuito de música na China

Conceitos: música na internet, indústria do entretenimento / mercado fonográfico,

29 - Data: 13/07/2009

Título: Acordo de royalties alivia rádios online nos EUA

Assunto: novo acordo estabelece sistema de cobrança de royalties, pela execução de músicas em streaming, proporcional ao faturamento das rádios online

Conceitos: música na internet, indústria do entretenimento / mercado fonográfico

30 - Data: 13/07/2009

Título: O futuro gratuito de Mister Anderson

Assunto: Chris Anderson, editor da revista Wired, lança o livro Free em que aponta a tendência de serviços na internet serem gratuitos

Conceitos: música na internet, cultura livre, indústria do entretenimento / mercado fonográfico,

31 - Data: 17/08/2009

Título: Play!

Assunto: a longa e tortuosa estrada do grupo mais popular do mundo chega à era digital; os bastidores de Beatles Rock Band, o maior acontecimento dos games em 2009, são dissecados à moda antiga – e com os próprios protagonistas – nesta edição do Link

L2 e L3

Título: Beatlemania digital

Assunto: depois de reinventar o rock e moldar a forma como consumimos música, os Beatles voltam à ativa num jogo que, além de ser uma experiência interativa divertida, pode ajudar a redefinir a indústria fonográfica para o século 21

Conceitos: música na internet, relação artista x internet, indústria do entretenimento / mercado fonográfico, convergência de mídias,

32 - Data: 07/09/2009

Título: Será que os Beatles vão virar MP3?

Assunto: Evento da Apple no mesmo dia do lançamento do game aumenta expectativa sobre a última fronteira da música digital

Conceitos: música na internet, indústria do entretenimento / mercado fonográfico, relação artistas X internet

33 - Data: 07/09/2009

Título: Radiohead 2.0

Assunto: Vídeo recria a íntegra do show da banda no Brasil do ponto de vista do público só gravações feitas por fãs

Conceitos: música na internet, cultura colaborativa

34 - Data: 14/09/2009

Título: Mesmo em loja sem fila, o game esgotou

Assunto: lançamento do game The Beatles Rock Band

Conceitos: música na internet, indústria do entretenimento / mercado fonográfico, convergência de mídias

35 - Data: 28/09/2009

Título: Lily Allen abandona blog e música

Assunto: a cantora e compositora inglesa ameaçou largar a música após sofrer diversas críticas em seu blog antipirataria.

Conceitos: música na internet, pirataria, relação artista X música na internet, indústria do entretenimento / mercado fonográfico,

36 - Data: 28/09/2009

Título: O evangelho de “antiChris Anderson”

Assunto: Andrew Keen, autor de O Culto do Amador, faz crítica à cultura do conteúdo produzido pelos usuários da web 2.0

Conceitos: era digital, cultura colaborativa, indústria do entretenimento / mercado fonográfico,

37 - Data: 26/10/2009

Título: Música é o novo negócio do Google e Facebook

Assunto: Google e Facebook oferecem duas novas maneiras de ouvir música na internet

Conceitos: música na internet, indústria do entretenimento / mercado fonográfico,

38 - Data: 02/11/2009

Título: Brasil quer discutir lei sobre internet com os internautas

Assunto: Ministério da Justiça abre consulta pública para definir os direitos do e-cidadão

Conceitos: música na internet, pirataria, compartilhamento de arquivos, direitos autorais,

39 - Data: 02/11/2009

Título: Devagar, devagarinho: pagode anos 90 está querendo balançar na web

Assunto: retomada do pagode em blogs, sites de música e rádios online.

Conceitos: música na internet, indústria do entretenimento / mercado fonográfico,

40 - Data: 09/11/2009

Título 1: ‘PEC da música’ mira na pirataria

Título 2: MinC apresentará revisão na lei de Direitos Autorais

Assunto: isenção de tributos na venda de música é debatida no Congresso como medida antipirataria

Conceitos: música na internet, pirataria, direitos autorais, indústria do entretenimento / mercado fonográfico

41 - Data: 09/11/2009

Título: Beatles estreia em formato digital por conta própria

Assunto: maior banda de todos os tempos chega à era do MP3 via pendrive

Conceitos: música na internet, indústria do entretenimento / mercado fonográfico, relação artistas x música na internet

42 - Data: 09/11/2009

Título: A mudança sequer começou

Assunto: Clay Shirky, um dos principais pensadores da era digital acredita que a internet vai mudar ainda mais as pessoas

Conceitos: era digital, cultura do compartilhamento, cultura colaborativa

43 - Data: 16/11/2009

Título: Lei pode autorizar remix e cópias

Assunto: primeiro esboço da revisão da Lei do Direito Autoral sugere mudanças significativas nos privilégios concedidos aos autores de obras intelectuais

Conceitos: música na internet, direitos autorais

44 - Data: 16/11/2009

Título: Billboard e os novos tempos da música

Assunto: a revista lançou um site para a apresentação de shows de artistas famosos ao vivo e de graça, reforçando a tendência dos artistas estreitarem a relação com os fãs via web.

Conceitos: música na internet, indústria do entretenimento / mercado fonográfico, relação artistas X internet

45 - Data: 16/11/2009

Título: Comes with music traz 3,6 milhões de músicas legalizadas

Assunto: Quem compra o aparelho 5800 Comes With Music pode baixar canções de graça ao longo de um ano

Conceitos: música na internet, indústria do entretenimento / mercado fonográfico,

46 - Data: 23/11/2009

Título: O processo

Assunto: Não é de hoje que a tecnologia seduz artistas. Mas a aceleração do ritmo de inovação e a onipresença do digital torna esta parceria mais intensa e faz que a criação artística seja tão importante quanto a obra em si.

Conceitos: música na internet, relação artista X tecnologia

47 - Data: 07/12/2009

Título: A Era iPod (2001-2009)

L4

Título: Calma, o iPod só morreu como símbolo

Com a 'cloud music', streaming já é, hoje, o rádio do futuro

L6

Título: Todos os caminhos levam à nuvem

L7

Título: Porque a indústria prefere o streaming ao download

Ter ou não ter? Eis a questão que o digital propõe

Assunto: Na medida em que serviços online permitem acessar conteúdos digitais sem que seja necessário fazer downloads, o aparelho que se tornou um dos ícones da primeira década do século ficou obsoleto. Ícone da era digital, o aparelho fica entre o download e o streaming e força a Apple a reinventar o seu item mais popular.

Conceitos: música na internet, indústria do entretenimento / mercado fonográfico,

-
- [1] McLuhan, Marshall. *Understanding Media: Os meios de comunicação como extensões do homem*. São Paulo: Editora Cultrix, 2004.
- [2] ADORNO, Theodor W. & HORKHEIMER, Max. **Indústria Cultural: o iluminismo como mistificação das massas**. In: Almeida, Jorge M.B. “Indústria Cultural e Sociedade”. Paz e Terra, 2002.
- [3] Termo utilizado para se referir às grandes corporações da indústria da música
- [4] Expressão utilizada para se referir às pequenas gravadoras independentes
- [5] *International Federation of the Phonographic Industry*
- [6] Peer-to-peer é uma tecnologia em que dados são distribuídos sem que haja um servidor central. Na prática, todos os usuários de um sistema de peer-to-peer (ponto-a-ponto ou parceiro-a-parceiro) atuam como clientes, receptores, servidores e transmissores de dados.
- [7] O termo *podcast* reúne os nomes *iPod – Personal on Demand* (pessoal e sob demanda) e *broadcast* – transmissão de rádio ou televisão)
- [8] “grifo nosso”
- [9] Rede social criada em 2003 que hospeda perfis de usuários com fotos, blogs, fóruns, e arquivos em MP3, entre outros serviços.
- [10] I strongly believe we are heading into a “music like water” future, based on this very simple fact: Today, there are more people in more places around the globe tuning into music with more enthusiasm and sheer determination than ever before, and depending on their cultural backgrounds, they are using a myriad of different ways to get what they want. What’s more, to a large degree the “traditional” record industry is simply no longer invited to the party. The bottom line is that consumer empowerment has finally reached the music business, and many consumers have now taken charge of their own entertainment. It’s now My Media, not yours that you are simply “broadcasting” to me.
- [11] Once the pricing models have changed and music can flow freely, we may see up to 95% of the population in the leading markets revert to active music consumers. Compare this with the today’s average 10–25% that actually buys music on physical media, and you can sense the potential of this fundamental shift.
- [12] Media2.0 paradigm shifts: linear – interactive / copyright - usage right / monopolies – meritocracies / owning copies - having access / mass markets - masses of niches / hit culture - niche successes
- [13] The music industry’s past was based on: • Control• Exclusivity• Monopoly• Closed-ness• Guarding/Protection• Secrecy/Non-Transparency• Territoriality
The challenge is that the industry’s future – if it chooses to go there – is based on: • Openness, •Transparency, •Peering, •Sharing, •Trust, •Un-Control, •A truly global outlook, •Liquidity

[14] Free Culture: How Big Media Uses Technology and the Law to Lock Down Culture and Control Creativity. (Cultura livre: como a mídia usa a tecnologia e a lei para barrar a criação cultural e controlar a criatividade). Disponível em: <http://www.free-culture.cc/freecontent>

[15] A tradução correta é “guerra do volume sonoro”, já que o termo “altura” se refere às notas musicais na escala diatônica

[16] copiar

[17] Torrent ou BitTorrent é um protocolo de rede que permite a realização de downloads de arquivos.

[18] Bluetooth é um protocolo padrão de comunicação para redes pessoais sem fio que provê uma conexão e troca de informações entre dispositivos como telefones celulares, notebooks, computadores, impressoras, câmeras digitais etc.

[19] “grifo nosso”

[20] O Overmundo é um site colaborativo voltado para a cultura brasileira e a cultura produzida por brasileiros em todo o mundo, em especial as práticas, manifestações e a produção cultural que não têm a devida expressão nos meios de comunicação tradicionais.

[21] Streaming é uma forma de distribuir conteúdo multimídia na internet em que as informações da mídia não são usualmente arquivadas pelo usuário que está recebendo. A mídia é reproduzida à medida em que chega ao usuário em tempo real.