



Universidade de Brasília  
Faculdade de Comunicação  
Comunicação Social – Publicidade e Propaganda  
Projeto Final  
Clodomir Ferreira

## **MÚSICA E DIREITOS AUTORAIS NO BRASIL:**

Como se relacionam na era da Internet

Thiago Siqueira de Pinho

Novembro de 2011

Brasília – DF

**Música e direitos autorais no Brasil:**  
Como se relacionam na era da Internet

Thiago Siqueira de Pinho

Monografia apresentada ao curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda da Faculdade de Comunicação Social da Universidade de Brasília, como requisito parcial para obtenção do grau de bacharel em Publicidade e Propaganda, sob orientação do Professor Clodomir Ferreira

**BANCA EXAMINADORA**

---

Prof. Clodomir Ferreira  
Orientador

---

Prof. Gustavo de Castro  
Examinador

---

Prof. Marcelo Feijó  
Examinador

Novembro de 2011  
Brasília – DF

**Dedicatória**

Aos meus pais, Marcelo e Luciana,  
que sempre me apoiaram e me ajudaram  
a conseguir atingir meus objetivos.  
Exemplos de coragem e vontade.

## **Agradecimentos**

Aos meus pais, que sempre me apoiaram e me auxiliaram a chegar ao fim de todos os meus desafios. Aos meus avós que me deram força e me inspiraram com seu conhecimento e paciência.

À Camila, por ter entendido que a elaboração de uma pesquisa acadêmica é um processo que demanda tempo e dedicação, me confortando nos momentos mais difíceis do estudo e compartilhando os momentos de felicidade.

Ao David, Gabriel, Leandro, Sander e Júlio, integrantes da minha banda, que me ajudaram e me motivaram a levar este tema adiante. São eles que me inspiram a cada dia e me mostram como devemos sempre ter a vontade de aprender

A todos os meus amigos, especialmente que entenderam este momento de dedicação exclusiva aos estudos e me apoiaram com conteúdos importantes e conversas confortadoras.

Um especial agradecimento ao professor Clodo, meu orientador nesta disciplina. Mostrou interesse pelo trabalho e fez questão que tudo saísse da melhor forma possível. Inspiração como pessoa e grande músico que é. Espero poder contar com o seu apoio em outros momentos da minha vida.

Agradeço pela concretização deste trabalho.

## **Lista de Anexos**

ANEXO A: Lei 9.610/98 – Lei de Direitos Autorais.

**LISTA DE QUADROS E FIGURAS**

Quadro 1- Gráfico da cauda longa.....	45
Quadro 2 – Myspace.com.....	57
Quadro 3 – Soundcloud.com.....	58
Quadro 4 – Lats.fm.....	59
Quadro 5 – Youtube.....	60

## Resumo

Este trabalho tem como foco a relação cultural dos direitos autorais com a música no período a partir da Internet 2.0, por volta de 2004. Assim é chamada a segunda geração de serviços para a Internet que facilitaram a criação e compartilhamento de conteúdo na Web, ela possibilitou a interatividade social e o conteúdo colaborativo na rede (PRIMO, 2006). Por meio de levantamento bibliográfico, palestras e entrevistas, foi feito um estudo sobre a relação dos direitos de autor sobre a sua obra e os direitos da população ao acesso à cultura. Foi identificado que é necessária uma reformulação na Lei dos Direitos Autorais para que os músicos e a sociedade tenham seus direitos garantidos, pois nesta situação, nenhuma das partes é beneficiada e os principais agentes lucradores são os intermediários.

**Palavras-chave:** comunicação, música, direitos autorais, Internet, autor, obra.

**Abstract**

*The focus of this research is the composers rights cultural relations with the music from the beginning of the Internet 2.0, in 2004. This is how the second generation of services for the Internet is called. This generation made the artistic creation and the sharing of this content easier in the Web. It allowed the development of the social interactivity and the collaborative content in the Internet (PRIMO, 2006). Through a literature review, lecture and interviews, a study about the relation between the composers' rights and the populations' right to access the culture was made. It was identified that is needed a reformulation at the Copyrights in Brazil so the musicians and the society have their rights guaranteed. In this situation, both won't be benefited and the profiteers will be the intermediaries.*

**Key-Words:** *communication, music, copyright, author, Internet, art, work.*

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO.....</b>	<b>10</b>
1.1. Problema de pesquisa.....	11
1.2. Justificativa.....	13
1.3. Objetivo Geral.....	14
1.4. Objetivos Específicos.....	14
1.5. Referencial Teórico.....	14
1.6. Metodologia.....	16
<b>2. ARTE E DIREITOS AUTORAIS.....</b>	<b>18</b>
2.1. Arte e estética.....	18
2.2. Indústria cultural.....	21
2.3. A Origem dos direitos autorais e a música no Brasil.....	24
<b>3. O MÚSICO DIGITAL E A INTERNET.....</b>	<b>38</b>
3.1. Tecnologia e criação.....	38
3.2. Criação musical.....	42
3.3. As novas mídias.....	44
3.4. A Internet.....	46
3.5. A evolução dos formatos de áudio.....	50
3.6. As gravadoras.....	52
3.7. Comunidades virtuais para músicos.....	55
3.8. O valor das novas produções artísticas.....	60
3.9. Música: um bem informacional.....	64
3.10. O músico pode sobreviver à pirataria.....	66
<b>4. PROBLEMAS DA LEI DO DIREITO AUTORAL: o que pode ser feito para solucioná-los.....</b>	<b>69</b>
<b>5. CONCLUSÃO.....</b>	<b>81</b>
<b>6. BIBLIOGRAFIA.....</b>	<b>84</b>
<b>7. ANEXO.....</b>	<b>87</b>

## 1. INTRODUÇÃO

Um artista compõe uma música, em seguida, monta o arranjo com os outros integrantes de sua banda. Produzem a música e gravam-na em um estúdio que a gravadora a qual fazem parte indicou. Enquanto isso, o material gráfico está sendo elaborado e estão sendo fechados contratos para aparições da banda em locais públicos como programas de televisão, de rádio e entrevistas. O álbum fica pronto e é levado para prensagem e cópia em larga escala dos CDs. Estas cópias serão vendidas posteriormente nas lojas especializadas em música. A divulgação do álbum é feita pelos programas de TV e shows que a banda realiza distribuídos pela maior área possível. O público se dirige às lojas citadas anteriormente e compra estes CDs. Resumidamente, foi assim que a indústria musical se manteve por muito tempo. A venda de CDs e LPs se tornou um negócio lucrativo e foi um modelo de negócios que enriqueceu artistas, gravadoras e todos os envolvidos no processo de produção da música.

Novas tecnologias surgiram e, naturalmente, foram desenvolvidas formas de se ter acesso à música sem ter que, necessariamente, comprar os CDs nas lojas. Uma pessoa com acesso a estas músicas podia salvá-las em seu computador pessoal e passá-las para outras pessoas através da Internet. Estas outras pessoas, por sua vez, podiam fazer isso também, iniciando um ciclo. Através de programas de computador que permitiam automatizar esta troca de informações na Internet, o compartilhamento de músicas atingiu proporções gigantescas, o que começou a interferir nos negócios financeiros das gravadoras. Prejudicadas, as gravadoras e alguns artistas se empenharam em levar esta situação para uma batalha judicial e garantir a proteção dos direitos das obras autorais aos seus respectivos compositores e detentores destes direitos.

As novas tecnologias permitiram que os processos de criação e produção de música<sup>1</sup>, assim como as suas formas de promoção e distribuição, fossem simplificados e barateados. Um músico caseiro pode produzir um material de qualidade profissional, assim como um estúdio de grande porte com o apoio de

---

<sup>1</sup> A gravação eletrônica permitiu que nos anos 80, em sua própria casa, um músico pudesse gravar seu próprio material utilizando apenas um sequenciador, um sincronizador, teclados e baterias eletrônicas, equipamentos de fácil acesso pelo público (MARTIN, 2002, p.287). Este foi o início para a evolução que tivemos até hoje aos programas de computador especializados nesta função.

gravadoras multinacionais. Muitos destes músicos são adeptos ao livre compartilhamento de música, o que facilita a divulgação do seu trabalho, permite o acesso à produção de outros artistas e permite uma interação maior com o público.

As obras autorais são defendidas no Brasil pela Lei de Direitos Autorais, a Lei 9.610/98, que define a forma como estas músicas podem ser utilizadas, veiculadas, modificadas, compartilhadas. As práticas de compartilhamento on-line estão em desacordo com a Lei, porém já é uma prática adotada culturalmente pela população. Justamente por este desencontro entre a Lei e o que é praticado pela população, é que está sendo discutida uma reformulação para ela, no poder Legislativo.

De um lado se defende o livre acesso da população à cultura, do outro, estão as gravadoras e alguns artistas que querem garantir a remuneração de seu trabalho de acordo com os moldes existentes. Um debate como este deve envolver diversos setores da sociedade, de forma que artistas, juristas, parlamentares, acadêmicos e a população possa defender os seus interesses e apresentar ideias que contribuam na definição do que será acordado em uma atualização da Lei 9.610/98.

Buscando compreender a relação entre direitos autorais e música na Internet, alguns autores foram escolhidos para conduzir os estudos de forma a abranger os temas importantes a respeito desta situação. Inicialmente foi utilizado o autor Gabriel Cohn (2008) para conceituar a indústria cultural com uma leitura crítica sobre o trabalho de Adorno. Walter Benjamin foi utilizado para abordar a reprodução técnica, um dos pontos mais importantes nessa discussão. Utilizei a autora Fayga Ostrower, com dois de seus livros *Acasos e Criação Artística* (1990) e *Criatividade e Processos de Criação* (2010) para estudar filosoficamente o que é autor, obra e como funciona o processo de criação artística; Ariano Suassuna (2011) foi utilizado para estudo estético da música.

## 1.1 Problema de Pesquisa

Novas tecnologias permitiram a democratização da produção musical. Uma maior quantidade de pessoas tem acesso a tecnologias que permitem a manipulação de áudio, dessa forma, mais pessoas estão podendo realizar

experimentos nesta área artística. Isso só foi possível com o desenvolvimento e popularização dos computadores pessoais<sup>2</sup> e da Internet na década de 90. Equipamentos que costumavam ser muito caros, logo inacessíveis, décadas antes, foram transformados em softwares de computadores<sup>3</sup>. Ter a funcionalidade de diversos equipamentos em programas de computador diminuiu o preço e permitiu que o usuário pudesse tê-las todas em uma única máquina.

Estes programas permitem a edição do áudio, aplicação de efeitos e sintetizadores, entre outras funcionalidades. Os experimentos com as novas tecnologias foram feitos de forma livre e, na maioria das vezes, autodidata. Isso acarretou em problemas em relação aos direitos autorais, já que muitas músicas foram feitas a partir da manipulação de obras pré-existentes. Além disso, surgiram estilos musicais de manifestação popular que têm a maioria das suas obras baseadas neste tipo de produção. Como exemplo há o Funk Carioca (Rip, A Remix Manifesto), que surgiu a partir de trechos de músicas estrangeiras que eram retrabalhados com batidas eletrônicas e letras eram cantadas em português sobre a música criada.

Além do seu importante papel para a criação musical, a Internet modificou a forma como a música é distribuída. Apesar das antigas formas de distribuição de música pelos discos continuarem existindo, o que impera nos tempos atuais é o compartilhamento de arquivos: pessoas disponibilizando e recebendo arquivos digitais de música em grande quantidade e velocidade. Esta prática é feita praticamente sem controle algum dos órgãos fiscalizadores e a maioria destas trocas é feita em desacordo com a Lei dos Direitos Autorais.

É difícil fazer uma lei funcionar quando não se tem o apoio da própria população. Mas dessa forma, o músico que tem a sua obra compartilhada e utilizada fica desamparado sem ter onde recorrer e sem receber a devida remuneração. São necessárias medidas para adequar a situação atual à legalidade. Seja mudando a Lei, seja criando formas de controlar este tráfego de informação, seja criando políticas públicas que dêem o amparo necessário aos prejudicados.

---

<sup>2</sup> O primeiro computador pessoal foi o Altair 8080, lançado em 1975, mas o primeiro computador comercial semelhante ao que conhecemos hoje foi o Apple II, lançado em 1976, que fez um sucesso muito maior do que o antecessor citado acima. (<http://www.hardware.com.br/livros/hardware-manual/surgimento-dos-computadores-pessoais.html> acessado em 23/11/2011)

<sup>3</sup> O Pro Tools, na sua décima edição, é considerado um dos melhores editores de áudio existente, utilizado tanto por profissionais como por amadores.

Tendo em vista o direito da população de acesso à cultura e os direitos do artista sobre a sua criação, nos deparamos com a seguinte questão: *como se dá a relação entre direito autoral e música na era da Internet e do compartilhamento de arquivos.*

## 1.2 Justificativa

A internet alterou a forma como a música é composta e distribuída. Porém, as leis autorais não acompanharam essa mudança, permaneceram fixas em um modelo ultrapassado, em que a dinâmica de criação, produção e distribuição das obras eram outras. Gradativamente as formas de se remunerar um músico estão migrando da venda de CDs para métodos alternativos como as apresentações ao vivo, venda de músicas unitariamente na Internet, publicidade. Além disso, é quase impossível ter o controle sobre o uso e compartilhamento de obras musicais na Internet. O usuário que recebe a informação é o mesmo que pode transmitir para milhares de outras pessoas, e assim sucessivamente em escala viral. O artista fica desprotegido frente à exploração de sua obra. São necessárias mudanças justas para todas as partes envolvidas no processo de produção e consumo cultural: artista, gravadora, sociedade e governo.

Crescentemente, a tecnologia digital torna-se extensão do corpo humano e passa a estar mais presente no cotidiano urbano. O consumo de música está mudando e, ao dificultar a naturalidade das ações, a lei pode oferecer empecilhos para o desenvolvimento da cultura. A importância deste trabalho reside na tentativa de identificar que dificuldades são estas, o que pode acontecer e o que pode ser feito para melhorar esta situação, garantindo os interesses das partes envolvidas.

A criação artística é feita a partir da bagagem cultural do autor, que organiza e monta a informação de acordo com a sua vontade e experiência artística. Ao ter acesso a mais obras, o criador abre o leque de opções criativas a trabalhar e combinar. Um maior número de obras disponíveis aumenta o material que o artista pode potencialmente inspirar-se. O estudo sobre a relação entre defesa da autoria e criatividade pode auxiliar em uma reestruturação e adequação das leis aos tempos atuais, de forma que a evolução cultural seja sempre levada em consideração na tomada destas decisões.

A relação entre arte e comércio é ponto relevante nesta análise, pois a atividade artística tem potencial lucrativo, que também é protegido pela Lei. Um estudo sobre a relação de arte e comércio contribui para identificar até que ponto o direito patrimonial de uma obra pode ser defendido e se ele chega a impor limites injustos à arte e ao acesso a ela, sem que o autor seja prejudicado. A sociedade possui direitos sobre estas obras e este trabalho pode vir a auxiliar o embasamento das garantias que a sociedade possui sobre o que é criado, sem deixar de proteger os direitos que o autor tem sobre a exploração de sua obra.

O interesse em música e direitos autorais surgiu com a identificação da incongruência das práticas populares na internet com download, remixagens e compartilhamento de arquivos ao que é indicado pela Lei. A importância do trabalho se dá na contribuição às pesquisas sobre o tema e à reestruturação da lei 9.610/98 que está em processo de discussão na Câmara. Além de um estudo ao longo do curso de Comunicação Social com muito interesse em comunicação e música aliado com a minha atividade, fora da Universidade, de músico profissional.

### 1.3 Objetivo Geral

Verificar como os direitos autorais influenciam a criação musical, observando as novas formas de produção que surgiram com o meio *on-line*.

### 1.4 Objetivos Específicos

- Verificar como é o processo de criação, produção, promoção e distribuição da música na Internet.
- Verificar a influência do comércio sobre a música.
- Identificar o valor artístico das novas formas de composição musical surgidas com a Internet.

### 1.5 Referencial Teórico

Para compor a bibliografia desta pesquisa, baseei meu estudo em uma proposta apresentada pelo professor Clodomir Ferreira, durante as suas aulas ministradas na Universidade de Brasília, na matéria Comunicação e Música, que diz

que a música possui três características básicas que a constitui: a tecnologia, a estética e o seu contexto. Portanto, este trabalho se mostrou interdisciplinar envolvendo autores de diversas áreas de estudo. Para também compor esta interdisciplinaridade, a proposta de estudar as leis autorais exigiu que fosse utilizada bibliografia que tratasse de assuntos jurídicos.

Para encontrar a definição de criação e sobre os seus processos foi utilizada a autora Fayga Ostrower (2010) e a classificação do homem em ser sensível, cultural e consciente. Os conceitos de autor e obra também foram utilizados a partir de suas definições, assim como as noções artísticas de estilo e linguagem do seu livro *Acasos e Criação Artística* (1990). Para tratar do valor estético nas artes, utilizei as ideias dos gregos Platão e Aristóteles de visão objetiva da Beleza, comparados com a visão subjetiva de Kant (SUASSUNA, 2011). Estes pensadores também foram utilizados para tratar sobre a moralidade na arte, a divisão apresentada por Suassuna (2011) dos momentos da criação da arte entre concepção e divulgação, reforçados por Santo Tomás de Aquino, foram de grande importância para o estudo do valor da arte.

Trazendo o estudo da arte para o período contemporâneo foi utilizado Walter Benjamin para tratar da reprodutibilidade técnica e Suassuna foi novamente utilizado com suas reflexões pertinentes a respeito da técnica na arte. Com isso entramos no estudo da sociedade com as reflexões críticas de Gabriel Cohn (2008) sobre a obra de Adorno e Horkheimer a respeito da Indústria Cultural, servindo para contextualizar o período atual. Para compreender a relação com os meios de comunicação e as mediações foram utilizados Jesús Martin-Barbero (2009) e George Silverstone (2005).

A contextualização da música ficou a cargo de dois autores: José Ramos Tinhorão, que tem um extenso trabalho de pesquisa da música brasileira e George Martin, com uma compilação de textos a respeito da produção musical de maneira técnica. A parte jurídica do estudo foi baseada na obra de Pedro Paranaguá e Sérgio Branco.

A parte tecnológica do estudo foi tratada com os conceitos de Internet e as noções sobre comunidades virtuais apresentados por Castells (2006). O comércio na Internet foi abordado a partir de conceitos desenvolvidos por Chris Anderson com seus livros *A Cauda Longa* (2006) e *Free* (2009). A respeito da tecnologia na

música, instrumentos e formas de divulgação, George Martin foi novamente utilizado – principalmente contribuindo com o contexto histórico do surgimento destas tecnologias – e Andrew Huggil (2008) explicando o momento atual do músico digital e a sua relação com a tecnologia e instrumentos musicais.

## 1.6 Metodologia

Baseado na proposta de Clodomir Ferreira, foi feita uma pesquisa bibliográfica sobre os três pontos levantados por ele, focando as buscas, principalmente em arte e em como ela é criada, de modo que eu tivesse referências suficientes para entender os efeitos da Internet na criação artística e, principalmente, a musical. As definições de Fayga Ostrower foram as que mais se adequaram à proposta do trabalho. Para fazer uma comparação e verificar se a criação pode ser entendida da mesma forma no meio digital, foi utilizado material sobre Internet e comunidades virtuais. Esta relação observada foi então comparada com a legislação de Direitos Autorais.

Embora este trabalho não tenha se limitado ao estudo das leis unicamente, a Lei é ponto de importante relevância nos resultados finais da pesquisa, pois interfere diretamente no objeto de estudo deste trabalho. Para isso, foi utilizado um material crítico escrito por Pedro Paranaguá, além de ter o acompanhamento constante para consulta da Lei 9.610/98.

A filmografia é importante para encontrar informações organizadas de forma clara a respeito de temas relevantes para o trabalho como o copyright, o remix, a música eletrônica no Brasil, o funk e o tecnobrega. Além disso, é possível ver a opinião de um variado grupo de interessados na temática – músicos estrangeiros, músicos à margem do *mainstream*, deputados, advogados – que seriam de difícil acesso de outra maneira.

Entrevistas servirão para me aprofundar melhor no interesse das partes envolvidas no processo de produção musical. Sobre a reforma da Lei, participei do Seminário Comunicação Digital, Conteúdos e Direitos do Autor no Senado Federal em outubro de 2011, este seminário foi importante, pois juntou no mesmo local para um debate construtivo diversos setores interessados no que a Lei de Direitos Autorais defende. Estavam reunidos artistas, produtores musicais, parlamentares, a classe das gravadoras, representantes do governo e representantes de canais de

distribuição de música e vídeo. Com este embasamento teórico e técnico, pude desenvolver esta pesquisa.

## 2. ARTE E DIREITOS AUTORAIS

### 2.1 Arte e estética

O estudo da beleza está intimamente ligado ao estudo da arte. Esta é uma parte introdutória a respeito da estética, essencial para podermos seguir o estudo de acordo com os três pontos levantados pelo professor Clodomir Ferreira. Para todos os pensadores da estética estudados, a beleza está envolvida de alguma forma na definição do que é arte. Mas o que seria a beleza? Desde o início do pensamento ocidental, muitos autores contribuíram para a compreensão do termo.

Platão acreditava em uma Beleza Absoluta, pura, imutável e eterna. A beleza de um material estaria ligada a semelhança que tem a esta Beleza superior. A visão que Platão tinha do universo é que ele era dividido em dois: o mundo *em ruína* e o mundo *em forma* (SUASSUNA, 2011). O mundo *em ruínas* seria o que o homem vive, este que está diante dos olhos, repleto de morte, feiúra e decadência. O mundo *em forma* seria o mundo das essências e das ideias puras. Verdade, Beleza e o Bem são essências superiores.

Para Platão, a alma humana sofre um processo de decadência ao se juntar ao corpo material. Por já ter contemplado o mundo das Belezas Absolutas, sente inevitável saudade, mas o material faz com que o homem se esqueça daquilo que a alma eterna já viveu. Algumas almas seriam mais aptas a recordar, enquanto matéria, daquilo que vivera e contemplara anteriormente. A arte seria uma forma de recordar-se daquela Beleza vivida antes da alma unir-se ao corpo. Beleza Absoluta que é eterna, infinita, imutável e independente de julgamento humano – a Beleza, por ser característica do objeto, seria unânime. Ela “existe em si mesma e por si mesma, sempre idêntica, da qual participam todas as demais coisas belas” (SUASSUNA, 2011, p.46). Esta Beleza causava deleitação e prazer, logo, a arte, como uma eterna busca por atingir esta perfeição, seria uma atividade para deleite e contemplação.

Aristóteles segue um caminho contrário a Platão e desvincula a beleza de um objeto à Beleza Suprema. Associa a beleza do objeto à harmonia e ordenação entre si e o todo. Ele atribui características à Beleza, que seriam a ordem

(ou harmonia) e a grandeza. Preocupado com a medida e proporção por influência do conceito grego de beleza, Aristóteles indica condições: um objeto muito pequeno não seria belo, pois confundiria a visão ao ser olhado, de forma quase imperceptível; tampouco um objeto enorme poderia ser caracterizado dessa forma, por escapar à vista dos espectadores, que perderiam a noção da unidade e da totalidade. Esta referência veio a dar origem à fórmula dos aristotélicos: “A Beleza consiste em unidade na variedade” (SUASSUNA, 2011). Plotino, em crítica a Aristóteles, nega esta afirmação indicando que “a Beleza não poderia consistir na harmonia das partes do objeto estético... porque, a ser assim, as coisas simples, como uma cor pura, por exemplo, não poderiam ser consideradas belas” (SUASSUNA, 2011).

A visão de Aristóteles do mundo é de que ele originou-se do caos e passou a ser regido por uma harmonia. Ainda existiriam vestígios desta desordem e os homens estariam a todo o momento buscando a harmonização do mundo. Mas ele via esta desorganização, assim como a *feiúra*, como elementos estimuladores à criação da Beleza, pela arte. Ele retira a Beleza de um patamar de idealização em que fora posta por Platão, iluminada por uma luz superior, atribuindo a uma característica do objeto por si só.

A Beleza agradaria o sujeito, apenas por ser apreendida, simples, gratuita e sem esforço. A Beleza faz parte do objeto e o espírito refletiria sobre aquilo que presenciou e lhe proporcionou prazer. A arte teria o papel de ser o “depoimento do mundo” (SUASSUNA, 2011) nesta realidade em que o ser humano vive.

Por sua vez, Plotino vê a arte como um reencontro de Almas entre o artista e o espectador, de forma que o espírito identificaria outra alma humana em sua frente, o que justifica a alegria de uma pessoa ao presenciar uma obra bela. O ser humano consegue identificar a fagulha de espírito que o artista colocou em seu trabalho, o que causa comoção ao observador.

Santo Agostinho eleva a fórmula da “unidade na variedade” dizendo que não são apenas as partes belas que devem ser levadas em conta para compor a variedade, deve ser admitido o contraste, as oposições, as partes feias. Foi com ele que o *feio* foi legitimado pela primeira vez no campo estético. O *feio* serviria como um fator de valorização do Belo, compondo, em conjunto, a Beleza de um objeto.

Até então o centro da Beleza era o objeto, porém Kant apresenta uma nova teoria que coloca o sujeito como centro da existência da Beleza. Introduce o conceito de Juízo de Conhecimento e Juízo de Gosto. Os juízos de conhecimento seriam “aqueles conceitos que possuem validade geral” (SUASSUNA, 2011), estão baseados nas propriedades do objeto e são conceitos indiscutíveis, como a afirmação “esta rosa é branca”. Os juízos de gosto (ou juízos estéticos) são baseados na reação do contemplador perante o objeto e, não, de acordo com as propriedades deste. A afirmação “esta rosa é bela” é um juízo que exprime o fato de uma pessoa agrada-se pela rosa, não é possível exigir que outras pessoas concordem com esta afirmação, pois é uma reação pessoal sobre o objeto. No juízo estético, não está apenas o belo envolvido, o feio e tudo aquilo que não agrada também entra nesta categorização. Então Beleza, para Kant, envolve todos os sentidos estéticos de um objeto, positivos e negativos. Dessa forma, não há mais objetos feios e objetos belos, estas classificações serão feitas de acordo com a reação de cada observador perante um item.

Muitas controvérsias foram geradas na tentativa de se hierarquizar e classificar as artes. Há tantas opiniões divergentes que há também aqueles que preferem não hierarquizá-las e acreditam que não seja um tema relevante de discussão. Maurice Nédoncelle defende este ponto:

“Cada um discute de acordo com seus amores ou sua ideologia. Não seria mais sábio, porém, fazer os artistas sentarem em mesa-redonda? Cada sentido pode ser um caminho para o Absoluto. Por que impor às Artes uma ordem de precedência e ficar um limite a seu impulso?” (SUASSUNA, 2011).

Suassuna rebate este ponto e diz que as artes podem, sim, ser hierarquizadas desde que os critérios sejam estabelecidos e se saiba que podem existir diversos ângulos de análise, que gerariam resultados diferentes e mesmo assim corretos. Dessa forma, a música seria colocada em primeiro lugar, se fosse analisada quanto à *pureza formal*, pois seria a mais intuitiva de todas as artes (isso no caso da música pura, somente instrumental). A música pertence à classe das Artes abstratizantes (SUASSUNA, 2011), pois somente pode ser apreciada através

de um sentido: a audição. Isso não acontece com outras artes como a poesia, por exemplo, que não importa o sentido que a mensagem chega ao intelecto: pode ser escutada se alguém a declama, pode ser lida e até mesmo pode ser tocada através dos caracteres em Braille; de todas estas formas as palavras e seus sentidos chegarão ao intelecto. A poesia pode ser associada com a música no caso das canções, que é a mistura destas duas artes. Esta combinação é possível, pois a poesia é caracterizada pelo texto carregado de ritmo e imagem – principalmente a metáfora – o ritmo é essencial para que a forma dos dois se encaixe e a imagem é importante para ilustrar a abstração musical.

## **2.2 Indústria Cultural**

A noção de autoria existe desde a Antiguidade. Os impérios grego e romano foram berço da cultura e do florescimento de variadas formas artísticas. Para estas civilizações, não existiam os direitos de autor para proteger estas manifestações, acreditavam que este tipo de atitude reduziria o artista e criador intelectual a um mero comerciante. Porém, havia festivais que premiavam estes artistas que eram aclamados e coroados em praça pública e, algumas vezes, condecorados com funções administrativas.

No período clássico, a arte era vista como pura, a produção cultural segue um rumo diferente atualmente, para compreender é necessário estudar o conceito de indústria cultural: surgiu em 1947, empregado pela primeira vez por Horkheimer e Adorno, no livro *Dialektik der Aufklärung* (Dialética do Esclarecimento). No livro de Maria Aparecida Baccega, *Comunicação e culturas do consumo*, Gabriel Cohn (2008) faz uma leitura crítica da obra destes autores. Começa ressaltando que o trabalho de ambos é usualmente associado ao pessimismo e elitismo, por isso deve-se ler com atenção a estas obras, principalmente Adorno. Estavam em um contexto de exílio da Alemanha, confusão a respeito do modelo econômico (disputa entre potências socialistas e capitalistas) e obscuras sombras ainda presentes do nazismo e do fascismo. Deve-se ler esta obra nunca menosprezando o contexto em que foi escrita.

A Dialética do Esclarecimento foi uma crítica à cultura de massa. O conceito de indústria cultural se dizia melhor que o conceito de cultura de massa

para pensar no mundo contemporâneo, já que este supõe que as massas seriam as produtoras da cultura. Adorno e Horkheimer argumentavam contra este suposto, a ponto de praticamente conduzir a uma posição inversa, dizendo que seria o modo de organização da cultura o maior fator de influência na produção das massas. Isso significa que não seriam as massas as produtoras e consumidoras da cultura mais adequada a elas, já que as massas eram vistas como sistemas desprovidos de organização. Os produtores seriam as classes altamente organizadas, que também contribuiriam de modo decisivo na constituição das próprias massas, vistas apenas como consumidoras e não mais produtoras de cultura.

Observa-se neste ponto que o conceito de indústria cultural está intimamente ligado à teoria crítica do consumo e produção de cultura. Pode ser definido como “o conjunto de diversos meios de produção e difusão de material simbólico na sociedade, articulados aos grandes conglomerados empresariais que ocupam o seu centro” (Cohn, 2008). Ao trazê-la para o contexto atual, precisamos pensar nos desenvolvimentos da informática, pois isso faz com que a indústria cultural não abranja mais a todo o universo da cultura, como no conceito original, mas opera em uma escala potencializada ao extremo.

A junção de indústria e cultura causa um problema para ambas as partes, que não conseguem se realizar plenamente no processo. A cultura perde autonomia, a capacidade de, por si só, definir como será a sua intervenção no mundo. Isso acontece devido às formas capitalistas de constituição de empresas de produção e difusão de material simbólico. A possibilidade de organizar seu material de acordo com os seus interesses fica subordinada às exigências de empresas de circulação em grande escala e altas receitas econômicas. A indústria, por outro lado, fica presa a situações que não correspondem à sua lógica, por exemplo o conflito entre valor econômico e estético. Como a cultura não se torna completamente mercadoria, isso impõe restrições à liberdade de funcionamento empresarial. Cada um dos pólos impõe limites de atuação ao outro, porém, o pólo industrial se mantém dominante neste processo.

É importante estar ciente que a indústria cultural não pode ser pensada como uma estrutura linear, mas como uma estrutura central abastecida por múltiplas unidades. É impossível fazer uma análise do efeito de um braço da indústria isoladamente sem pensar no contexto de todos os meios que este se relaciona,

formando um conjunto maior que fazem parte. É este conjunto que, como sistema, imprime um padrão no comportamento e funcionamento de cada uma destas partes. Logo, estes produtos isolados não constituem um significado próprio, são mercadorias que estão à mercê do modelo do mercado.

Cohn (2008) diferencia as obras de alto nível estético – aquelas obras que exprimem o espírito e a intenção criadora do artista – dos produtos da indústria cultural, no sentido de que a indústria busca produzir efeitos de determinados tipos nos consumidores, assumindo papel de importância na criação deste produto. Deixa-se de falar dos efeitos como consequências do funcionamento dos meios, para serem tratados como motivadores e indispensáveis à existência destes. Assim, a sociedade torna-se cada vez mais propensa a ser controlada por grandes organizações econômicas que podem ou não estar associadas a modelos estatais. Para Adorno (1975), a grande obra de arte é um ente significativo e multidimensional, por isso ela não pode ser assimilada passivamente, mas exige um percurso pelos seus níveis de significado. Na indústria cultural, já não são os níveis de significado que importam, mas os níveis de efeito. Ela não pretende articular significados, mas maximizar e intensificar efeitos. A ideia é prover a mensagem de forma que seja mais facilmente compreendida.

De acordo com Walter Benjamin, em seu livro *A Obra de Arte na Era da Reprodutibilidade Técnica* (2000), a obra sempre foi reprodutível e sempre esteve sujeita a imitações. As imperfeições que as cópias sempre carregaram em relação à obra original seriam reduzidas com a possibilidade da reprodução da técnica, que podem tender à perfeição. Além das cópias serem mais fieis às originais, a técnica permitiu também aumentar a velocidade e quantidade de reproduções que poderiam ser feitas. Isso tornou a distribuição das obras mais abrangente, atingindo a uma quantidade maior de pessoas. Entende-se por distribuição a forma de levar a arte já produzida até o mercado consumidor, envolvendo os meios utilizados para isso. A distribuição de forma massiva só foi possível após a reprodução mecânica surgir, assim, a arte pôde chegar até o seu público que antes não tinha acesso a estas manifestações, ou seja, democratizou a arte. A reprodutibilidade fez com que não fosse mais o indivíduo que tivesse que ir à procura da arte, mas já era possível a arte ir até a população.

O aperfeiçoamento das técnicas de reprodução vem acontecendo há séculos, a xilogravura tornou o desenho reproduzível tecnicamente e a reprodução da escrita, desenvolvida por Gutenberg no século XV, modificou a sociedade culturalmente e legalmente, a partir do momento em que passou a ser necessário a criação e organização dos direitos autorais.

### **2.3A origem dos direitos autorais e a música popular no Brasil**

A fim de contextualizar os direitos autorais e a música na história brasileira, a obra de Pedro Paranaguá (2009) foi utilizada para a obtenção dos dados a seguir. Com a invenção da imprensa, houve uma revolução nos direitos autorais, uma vez que ela tenha tornado as obras mais disponíveis e acessíveis. Foi nesta época que surgiram os privilégios oferecidos a livreiros e editores – o autor ainda não havia sido incluído nas intenções de proteção sobre os direitos da obra. Essa revolução causou temor às classes dominantes – Igreja e Monarquia – viam grandes possibilidades de perderem o controle sobre as informações distribuídas. Foi então que surgiram as primeiras formas de tentar conter a livre propagação destes materiais. Uma forma de limitar a distribuição e o acesso da população aos produtos culturais.

Já neste período surgiram práticas de concorrência desleal e pirataria de obras literárias. Muitos livreiros gastavam uma enorme quantia de dinheiro imprimindo obras de qualidade, que eram copiadas por terceiros, que o faziam sem os devidos cuidados, diminuindo os custos e sem contribuir com o faturamento da edição inicial. Os livreiros, então, pressionaram as classes dominantes exigindo a garantia dos seus direitos. Apesar disso, seguiram remunerando os autores de maneira irrisória, estes, por sua vez, também acreditavam e lutavam por ter direito sobre a criação de suas obras.

Em meio ao temor das classes dominantes em perder o controle do que era veiculado e a insatisfação dos livreiros e autores, foi que se iniciou a discussão sobre direitos autorais. Toda ela envolvida por interesses políticos e econômicos, nenhuma das partes tinha interesse claro em defender a obra, mas sim, os lucros resultantes delas. Foi no século XVI que os livreiros obtiveram licenças para a publicação de alguns livros, desde que tivessem a autorização dos autores, que,

descontentes, passaram a exigir mais direitos. Ao perceber o poder dos autores, os livreiros passaram a defender os interesses destes, esperando a cessão dos direitos sobre as obras. Assim, em 1710, para organizar a relação entre as partes envolvidas no processo produtivo da arte, surge o *Statute of Anne*, o Estatuto da Rainha Ana do Reino Unido. Concedia aos editores o direito de cópia por 21 anos. Foi o primeiro a padronizar as ações, não mais oferecendo privilégios em detrimento a alguns livreiros escolhidos individualmente.

Em 1886, representantes de diversos países se reuniram na região de Berna, na Suíça, buscando definir padrões de proteção sobre os direitos autorais para obras literárias, artísticas e científicas. Dessa forma foi criada a Convenção de Berna, estatuto que serviu de base para a elaboração de diversas leis sobre o tema. Impôs normas de direito material e de regulação de conflitos. Apesar de constantes adaptações em seu texto, até hoje serve de matriz para a elaboração das atuais leis autorais, inclusive a brasileira e trechos sobre obras disponíveis na Internet.

O Brasil só teve a proteção dos direitos autorais prevista em lei no ano de 1898, com a Lei nº496/1898, a Lei Medeiros e Albuquerque. Antes disso não havia proteção nenhuma sobre o que era copiado e distribuído no Brasil. Há um caso citado no livro *Direitos Autorais* (PARANAGUÁ; BRANCO, 2009):

“Pinheiro Chagas, escritor português, reclamava ter no Rio, um ladrão habitual, que ainda tinha a audácia de lhe escrever dizendo: ‘Tudo que V. Ex<sup>a</sup> publica é admirável! Faço o que posso para torná-lo conhecido no Brasil, reimprimo tudo!’ ”.

A obra estrangeira era replicada, ainda mais que a brasileira, de forma indiscriminada.

Por muito tempo não existiu no Brasil uma música tipicamente popular. Entende-se por música popular aquelas que são compostas por autores conhecidos e que tenham sido publicadas através de alguma forma gráfica como a edição de partituras, gravações ou filmagens. Contrasta com a música folclórica, com autor desconhecido, que se forma por meio da tradição oral colaborativamente ao passar das gerações (TINHORÃO, 1986). Ainda de acordo com Tinhorão, nos primeiros

duzentos anos de colonização do Brasil, as únicas músicas escutadas eram os cantos ritualísticos indígenas com instrumentos de sopro, maracás e “bate-pés”; os batuques africanos de rituais e as canções trazidas pelos europeus (com mais características de música popular, remetiam à formação dos primeiros burgos medievais).

A primeira música popular tipicamente brasileira é considerada a modinha, há indícios da existência do estilo que datam do final do século XVII. A modinha proporcionou popularidade a compositores, como a de Domingos Caldas Barbosa, relatada no livro *Cantos populares do Brasil*, do historiador Sílvio Romero, de 1883 (TINHORÃO, 1986). O historiador diz que a popularidade de Caldas Barbosa vai além do reconhecimento da autoria, foi encontrado que suas composições corriam livremente diversas classes sociais da colônia e muitas pessoas cantavam estas músicas passando-as de forma oral como canções tradicionais e anônimas, mesmo 50 anos após a morte de Caldas Barbosa. Este artista obteve muito prestígio como compositor em Lisboa, onde a modinha acabou se desenvolvendo e ficou conhecida popularmente como um estilo europeu e não mais brasileiro.

A modinha sempre teve um caráter oral. As composições corriam livremente de boca em boca e poucas eram editadas em partituras. Logo, havia muitas variações entre a versão original das canções e as que eram cantadas pelo povo. O disco e as gravadoras chegam ao Brasil em 1902. Frederico Figner começa a gravar modinhas na sua Casa Edison. Lá, muitos artistas como Baiano, Eduardo das Neves e Mário Pinheiro puderam perpetuar canções que se perderiam com o passar do tempo. As gravações permitiram a indicação de autor, apesar de muitas vezes não constar o registro. O artista Eduardo das Neves relata que sofria com músicos que se diziam compositores de suas canções, que as tocavam “de forma infiel e de péssima qualidade”. Com as gravações, estes artistas puderam garantir também que eram eles os compositores das modinhas (TINHORÃO, 1986).

A gravação musical foi importante para a popularização de estilos, pois permitia o acesso a composições sem a necessidade de estar presente no mesmo local que o intérprete, desde que a pessoa possuísse o aparelho tecnológico para audição. Até o fim do século XIX a venda de partituras era a única forma de se comercializar a música. Esse comércio envolvia três grupos de interesse: o autor, o

editor e impressor da partitura e os fabricantes de instrumentos (que aumentavam suas vendas de acordo com a popularização dos instrumentos). A gravação aumentou a base artística e industrial da música popular. Os cantores se profissionalizaram, mais instrumentistas foram exigidos, surgiu o maestro-arranjador e também o diretor artístico. Na base industrial, surgiram as fábricas de discos, que necessitavam de matéria-prima, técnica e capital financeiro.

A indústria exigia grande quantidade de pesquisa e, assim, cresceu em uma velocidade muito maior que a artística. Enquanto surgia o som ótico para o cinema, surgia o rádio, a televisão, as fitas; a parte artística ficou reduzida ao autor da música e seus intérpretes. O resultado foi que, para cobrir os investimentos em tecnologia, os critérios de análise para gravação deixaram de ser a qualidade artística, mas a potencialidade comercial. A produção artística popular deixou de ser regida pelos padrões estéticos e passou a ser dominada pelas leis de mercado. A música brasileira tornou-se um produto comercial como qualquer outro, sujeito a concorrência, o que diminuiu a capacidade de firmar-se dentro do próprio mercado. Dessa forma, a música estrangeira ganhou um espaço muito grande e começou a popularizar-se no Brasil. José Ramos Tinhorão, em seu livro *História Social da Música Popular Brasileira* (1998), divide duas classes culturais: a elite com poder político-econômico (a classe dominante) e a cultura das classes urbanas mais baixas e rurais, os dominados politicamente. Essa divisão se aplica também a nações. Países desenvolvidos (classe dominante) impõem seus valores e produtos culturais às nações subdesenvolvidas e em fase de crescimento (classe dominada). Portanto, a cultura que domina nestes países subdesenvolvidos já é uma cultura dominada.

Para escutar uma gravação é necessário possuir aparelhos tecnológicos que realizem esta tarefa. Isso impõe uma limitação do acesso ao material pelas camadas mais baixas da população. Que impossibilitadas financeiramente de adquirir esta tecnologia, seguiram consumindo a própria cultura e desenvolvendo-a de acordo com as suas limitações (as músicas populares continuavam a figurar os teatros de revista<sup>4</sup>). Após a Primeira Guerra Mundial, outras classes da população

---

<sup>4</sup> Um derivado da opereta francesa. Tinha como característica a paródia, o cômico, o acompanhamento de música. Teve grande importância para a formação cultural brasileira.

brasileira tiveram acesso aos produtos tecnológicos que eram restritos às camadas superiores da sociedade. Foram realizados altos investimentos financeiros no país, os Estados Unidos passaram a dominar a economia brasileira e, da mesma forma que fizeram com outros produtos comerciais, passaram a dominar e impor a sua cultura com grande ajuda dos filmes de Hollywood. Chega ao Brasil o jazz. As camadas com acesso a esse material cultural passaram a olhar para a produção interna julgando-a ultrapassada. Ao mesmo tempo em que este processo acontecia nas classes médias brasileiras, as camadas populares menos favorecidas viviam um processo de grande produção criativa em quantidade e qualidade. Já que estas camadas precisaram criar naturalmente formas de sobrevivência cultural.

Os teatros de revista continuaram sendo uma porta para tornar a composição nacionalmente conhecida, muitas vezes as canções de sucesso eram gravadas posteriormente. Ao mesmo tempo, as revistas aproveitavam o sucesso de músicas lançadas em disco para utilizá-las nos shows pensando em atrair este público. Portanto, ora a revista lançava o sucesso, ora o sucesso chamava o público para os teatros. Os teatros de revista foram importantes, pois permitiam uma comunicação direta com o povo. Um exemplo do sucesso e de apropriação popular de uma composição foi o “Fado Liró”, de Nicolino Milano. No carnaval de 1911, dois anos após o seu lançamento, essa música surge nas ruas, cantada pelo povo em ritmo de marcha. Este caso não é isolado, a marcha composta pelo português Filipe Duarte em 1911 para a revista “O País do Vinho”, foi abrasileirada e, no ano seguinte, tornou-se um dos maiores sucessos de carnaval: “A Vassourinha”. Muitos autores compunham com intenção clara para que este processo da música sair do palco e ir para as ruas ocorresse, não era algo indesejado pelos compositores. Percebe-se, então, que apropriar-se da cultura e modificá-la independentemente da intenção do autor é um ato que acontece há muito tempo, antes mesmo da internet ser sequer imaginada. A compositora Chiquinha Gonzaga foi uma das autoras que se aproveitava de temas populares e ritmos das ruas para estilizá-los para o palco. Compunha sem intenção de colocar sua obra em determinada peça, assim ela cria um dos maiores sucessos de carnaval de todos os tempo: “Ó Abre Alas”.

A gravação do samba *Pelo Telefone* (considerado o primeiro do estilo a ser gravado) causou controvérsias ao ser registrado na Biblioteca Nacional como sendo de autoria de Ernesto dos Santos (o Donga). A polêmica ocorreu porque esta composição, na verdade, era um apanhado de versos variados de autores diversos (que os cantavam em reuniões musicais) e outros, trechos de cantigas folclóricas. O carioca Sinhô, pianista profissional, encabeçou esta disputa pela autoria e posterior exploração do gênero. Percebe-se então que o samba, diferentemente da modinha surge com artistas que já tem noção da importância do registro autoral da criação e querem usufruir dos benefícios decorrentes a ele (TINHORÃO, 1998).

Foi em meio a este conturbado cenário que começou, realmente, a surgir uma discussão acerca dos direitos autorais no Brasil. Os músicos deixaram de ficar restritos a assuntos artísticos, para lutarem por seus direitos quanto criadores de obras. Isso só foi possível porque estes artistas perceberam a importância de suas obras, compreenderam o contexto em que viviam e o mercado que estava se desenvolvendo.

Em 1916 o Código Civil revogou a Lei de 1898, classificou o direito de autor como um bem móvel, assim, o processo de ofensa a direitos autorais passou a prescrever após 5 anos. Ficou desta forma até o ano de 1973, quando foi publicado um estatuto único regulando o direito autoral. A Lei nº 5.988/73 existiu até a aprovação da Lei nº 9.610/98 que vigora até os dias atuais, mas que está passando por um processo de atualização para ser encaminhado para a Casa Civil.

Existem duas principais estruturas em que são baseadas as leis autorais. Um é *droit d'auteur*, ou sistema francês ou sistema continental (o qual o Brasil baseou a sua lei), e o outro é o *copyright*, ou sistema anglo-americano. A diferença básica entre os dois é que o *copyright* foi feito a partir da possibilidade de reprodução da obra, buscando proteger este tipo de prática, enquanto a preocupação do sistema continental é a proteção da criatividade e dos direitos morais do autor (PARANAGUÁ; BRANCO, 2009).

De acordo com a Lei nº 9.610/98 art. 11 “autor é a pessoa física criadora da obra literária, artística ou científica”. Porém o titular da obra pode ser uma pessoa jurídica. É importante diferenciar autor da obra, de titular da obra. Somente pessoa física pode ser autora, pois somente o ser humano é capaz de criar. Este autor pode

transferir a titularidade dos direitos para outra pessoa ou empresa. A autoria não pode ser passada, pois a Lei garante que a paternidade da obra é intransferível, porém um terceiro executará a titularidade dos direitos. Assim percebe-se que a Lei dos Direitos Autorais não protege o autor, mas, sim, a pessoa que detém os direitos sobre a obra.

A Lei protege dois tipos de direito, os patrimoniais e os morais. Os patrimoniais são os direitos monetários da obra, são aqueles que garantem a exclusividade na exploração econômica dela. Os morais referem-se aos direitos de personalidade, garantem que o autor sempre será tido como o criador da obra, estes direitos estão ligados à elaboração, divulgação e titulação desta. Mesmo assim é possível que terceiros façam o uso destas obras: como a reprodução total ou parcial, a edição, a transformação, a inclusão em outras obras e distribuição de exemplares, desde que se tenha uma autorização formal do autor (Boulay, 2009).

Para Fayga Ostrower o autor é aquele que dá forma. Junta e relaciona fenômenos de uma forma nova, sendo compreendidos em termos novos. Envolve o ato de relacionar, ordenar, configurar e significar. O autor ordena eventos que ocorrem à sua volta e no interior psíquico do artista. Porém o ato criador só existe dentro do ato intencional. A arte não surge do acaso. Para Fayga Ostrower (1990), em seu livro *Acasos e Criação Artística*, por mais que algo pareça ser ocasional, ele só assume significado quando o artista está imerso em um tema, assim ele associa aquele acontecimento, recombina-o e criando um produto artístico novo, inspirado em um acontecimento do “acaso”.

Ainda de acordo com Ostrower, o ser humano é o único animal que pode fazer uma interligação entre o passado, o presente e o futuro por meio da memória e da criação. Assim o homem integra experiências já realizadas com novas experiências que pretende fazer. Através de associações do que já foi vivenciado, o ser humano ordena estas informações apresentando um novo produto. A fala é uma forma de ordenação, a pintura, a arquitetura, a música ou qualquer outra prática significativa também. Portanto, a expressão se dá a partir de uma forma de ordenação. Ao ordenar de determinada forma, estamos excluindo outras que poderiam ser feitas e que, hipoteticamente, existiam até então. Assim, uma realidade criada, significa em outras realidades negadas, pelo menos no mesmo espaço e tempo. Portanto, a cada criação, existem inúmeros outros caminhos que poderiam

ser tomados levando o produto final a outro estágio, isso se repete a cada fase da criação que o autor precisa optar por determinada escolha (seja a cor da tinta, a nota musical, o tipo de ferramenta para esculpir a pedra). Assim podemos ver que criar é um processo contínuo delimitando e abrindo novas opções a cada etapa do processo de elaboração.

Todo processo de elaboração implica um processo dinâmico de transformação (OSTROWER, 2010). A transformação não retira a essência da matéria, ao contrário, a matéria adquire forma e unicidade. É uma forma de o homem aplicar à matéria a sua essência e gravar nela suas intenções, emoções, conhecimentos. A ação simbólica sempre pode ser observada sobre a matéria tratada. “A criatividade e os processos de criação são estados e comportamentos naturais da humanidade” (OSTROWER, 2010, p.53), pois todo o fazer do homem é um formar e realizar intencional. Assim, a criatividade é inerente à condição humana.

Associando a ideia de que o criar está ligado a associações do passado e que para realizar novas criações é preciso que as gerações futuras tenham acesso a estas informações, foi criado, baseado nas leis autorais vigentes nas sociedades ocidentais, o Creative Commons. A proposta é ser um caminho de facilitação e permissão do uso de obras artísticas e digitais.

## Creative Commons

O Creative Commons é um sistema construído baseado nas leis de direitos autorais que permite o uso das obras em determinadas condições. Foi criado em 2001 por<sup>5</sup> James Boyle, Michael Carroll, Molly Shaffer Van Houweling, Lawrence Lessig (um dos defensores mais ativos da reformulação dos direitos autorais, palestrante em diversos locais do mundo e participante de debates a respeito do tema), Hal Abelson, Eric Saltzmanm, Davis Guggenheim, Joi Ito e Eric Eldred. Ao contrário do *copyright* que determina que todos os direitos são reservados ao autor, no Creative Commons alguns direitos são reservados. É um sistema opcional de licenças que depende da vontade do autor a sua utilização. Foi criado para facilitar o compartilhamento, a reprodução, a divulgação e cópia de obras criativas, informando a pessoa que tem acesso a esta obra as formas como ela pode ser utilizada,

---

<sup>5</sup> Disponível em < <http://www.creativecommons.org.br/>> acesso em: 16/09/2011.

evitando a necessidade de intermediários. Existem diversas formas de licenciamento, que vão das mais restritivas às mais liberais. A principal licença impede o uso comercial da obra. Permite a sua livre circulação, porém se utilizada para fins comerciais, o autor recebe a remuneração de acordo com a forma padrão de pagamento, no Brasil, no caso, é o ECAD.

A era digital causou um aumento significativo no número de criadores, principalmente na música. Enquanto isso, as sociedades arrecadoras e distribuidoras de direitos autorais como o ECAD (Escritório Central de Arrecadação e Distribuição) não conseguem atender à demanda e os recursos não chegam adequadamente à maioria dos autores, quando chegam, há descontos de taxas administrativas impostas arbitrariamente, por deter o monopólio da arrecadação. Diante deste cenário, estes novos artistas necessitam de modelos inovadores de gestão e exploração das suas obras (Boulay, 2009).

Licenciar uma obra por meio do Creative Commons não significa abdicar dos direitos sobre ela. Ao contrário, o autor está garantido como dono da obra a todo o momento, detendo os direitos de paternidade sobre ela. Isso também não impede que um artista musical que utiliza a licença Creative Commons para suas músicas, possa depois publicar seu material por meio de uma gravadora. Portanto, esta licença dá uma liberdade de uso muito grande ao artista. “O desafio é inventar novos modelos, gerando formas de sustentabilidade econômica mais eficientes e democráticas para a criação intelectual, mais adequados à nova realidade digital” (Boulay, 2009).

## ECAD

O ECAD é o Escritório Central de Arrecadação e Distribuição, é uma sociedade civil, de natureza privada. Foi instituído pela Lei Federal 5.988/73 e mantido pela Lei 9.610/98 – Lei dos Direitos Autorais brasileira. Tem sede no Rio de Janeiro e é administrado por nove associações de música, que são responsáveis por arrecadar e distribuir os direitos autorais referentes a execução pública de músicas

nacionais e internacionais. Possui em catálogo 2,4 milhões de obras e 862 mil fonogramas<sup>6</sup>.

O ECAD calcula o valor que deve ser pago de acordo com critérios do Regulamento de Arrecadação, desenvolvidos pelas associações musicais. Os usuários de músicas são pessoas físicas e jurídicas que utilizam músicas publicamente. Alguns dos critérios para cálculo são: o nível de importância da música para a atividade ou estabelecimento (que pode ser três: indispensável, necessária ou secundária), a periodicidade da utilização, apresentação mecânica ou ao vivo e se há dança. O site do órgão também informa que a cobrança é feita de acordo com aspectos físicos do local da apresentação ou sobre o percentual de arrecadação bruta.

O ECAD informa que do total arrecadado, 17% é destinado ao próprio ECAD e 7,5% às associações para administração de despesas operacionais. Os 75% restantes são repassados para os titulares filiados. Há uma diferença para a remuneração de direitos para músicas gravadas e músicas tocadas ao vivo. Músicas mecânicas envolvem os direitos conexos referentes ao intérprete, havendo uma porcentagem repassada a ele; já a música executada ao vivo vai diretamente à parte autoral (compositores e editoras). O Brasil é um dos poucos países que paga direitos conexos (intérpretes, músicos acompanhantes e gravadoras). As informações acima foram retiradas do site do Ecad.

Ronaldo Lemos (Boulay, 2009) fala que está acontecendo uma crise de duas naturezas no ECAD: uma interna e outra externa. A interna diz respeito à insatisfação dos próprios membros a respeito da distribuição financeira e transparência do órgão com o que é feito com este dinheiro. Como foi citado acima, há dificuldade para que estes recursos cheguem de forma satisfatória aos titulares. A segunda crise é referente ao surgimento da cultura digital e dos inúmeros novos artistas que estão surgindo neste meio. O número de artistas protegidos por sociedades arrecadoras no mundo todo é de 3 milhões de criadores, o que contrasta com a crescente quantidade de artistas, que já estão desenvolvendo formas de remuneração paralelas às oferecidas pelo ECAD. São necessários modelos inovadores de gestão que permitam a exploração legal de suas obras.

---

<sup>6</sup> Disponível em <<http://www.ecad.org.br>>, acesso em: 17/09/2011 .

Modelos como o Creative Commons surgiram buscando suprir esta necessidade, por isso sofre duras críticas pelo ECAD e outros órgãos de arrecadação que se sentem ameaçados.

Observando o estatuto do ECAD, Ronaldo Lemos aponta, por exemplo, que o poder de voto na instituição não é distribuído de forma democrática, mas, sim, de acordo com o volume de recursos arrecadados pela sociedade que é membro no ano anterior à eleição (Boulay, 2009), causando um jogo de interesses. Isso inviabiliza a criação de novas associações de autores, principalmente aquelas que tratem da nova geração de músicos, que buscam um modelo diferente ao que o ECAD oferece atualmente.

### O Tecnobrega no Pará

Para exemplificar os novos modelos de negócios que vêm surgindo para dar vazão aos produtos musicais que estão sendo criados, será utilizado o tecnobrega. O filme Brega S/A, de Vladimir Cunha e Gustavo Godinho, apresenta ao resto do país como é a cena do chamado tecnobrega, um estilo surgido em Belém do Pará, derivado do brega eletrônico dos anos 70. Em Belém está sendo desenvolvido um modelo de negócios completamente novo e diferente, porém seguindo um caminho que não tem suporte pela Lei dos Direitos Autorais. Belém é uma cidade grande, com igual desorganização social e urbanística, o que favorece o aparecimento de expressões culturais autênticas e miscigenadas.

O tecnobrega é um estilo caracterizado pela mistura de melodias eletrônicas, misturadas com uma batida também eletrônica acelerada influenciada por estilos brasileiros como o carimbó<sup>7</sup> e o siriá<sup>8</sup>. Nas apresentações, predomina a presença de iluminação a laser, efeitos pirotécnicos e painéis de luz. É uma expressão artística que predomina a desorganização e o caos. O estilo musical tem semelhança com o contexto desorganizado e acelerado da cidade de Belém, que influenciou esteticamente a expressão artística das massas no local.

---

<sup>7</sup> Dança criada pelos índios tupinambá, com a adição de elementos africanos, adquiriu uma característica de dança alegre e contagiante, levada à base de “batucadas”. Disponível em <[http://www.pinducacarimbo.com.br/hist\\_carimbo.html](http://www.pinducacarimbo.com.br/hist_carimbo.html)>, acesso em 14/12/2011.

<sup>8</sup> Manifestação coreográfica do estado do Pará. Surgida a partir do batuque africano. Disponível em <<http://portalamazonia.globo.com/pscript/amazoniadeaaz/artigoAZ.php?idAz=281>>, acesso em 14/12/2011.

Sem associação com gravadoras, o tecnobrega desenvolveu um estilo próprio de produção e distribuição musical, envolvendo programas de TV, estúdios de gravação caseiros, camelôs e pirataria. Tudo feito de forma que tende ao amadorismo com empenho e envolvimento de um grande número de pessoas, com as atividades voltadas para a realização do trabalho dos artistas do gênero. Estes artistas participam de praticamente todo o processo de realização da música. Costumam ser eles mesmos os próprios intérpretes, os compositores e arranjadores, participam ativamente da fase de produção, gravação, divulgação e agendamento de shows. Dessa forma eles conseguem se sustentar e lucrar com a carreira artística, muitos deles vivendo apenas do faturamento proveniente da música. O custo final para a produção de uma música de tecnobrega é de cerca de 50 reais, em comparação a uma música brega calipso, que seu custo de produção fica em torno de 500 reais.

O artista “Maluquinho”, um dos pioneiros e principais nomes do tecnobrega, fala neste documentário que a venda de CDs e DVDs é feita, principalmente, nos shows. Esta venda é essencial para compor o faturamento da apresentação. “Maluquinho” ainda fala que a música comercial atualmente foi criada para ser descartada, por isso, o artista deve “sugar” tudo que puder dela. Por esta fala, é visível que a cena tecnobrega está ciente da dinâmica de consumo da sua música como mercadoria. O produtor Dinho (famoso no cenário do tecnobrega por apresentar programas de televisão, rádio e fazer apresentações ao vivo), contribui dizendo que este estilo nunca será escutado de forma nostálgica como é feito atualmente com as músicas antigas, devido a sua característica efêmera: “no momento em que sair de moda, ele deixará de existir por completo”. As músicas têm uma durabilidade de cerca de três meses. As músicas tocam insistentemente a todo o momento e em quase onipresença na cidade, após este período, esta música cairá em desgaste e surgirá outra para substituí-la, que terá uma vida útil similar.

Um músico em Belém não tem a venda de CDs como principal forma de arrecadação de dinheiro, o CD funciona como um canal de divulgação do artista, a principal fonte de renda é o show. Para fazer shows, o artista precisa ter músicas suas entre os sucessos nas pistas de dança, por isso ele precisa produzir muito para, assim, garantir que algumas delas consigam chegar à fama. O maior investimento é feito nas aparelhagens e iluminações, justamente para atrair mais

peessoas aos shows e proporcionar uma experiência mais intensa durante estas apresentações. Os produtores costumam falar que as aparelhagens são verdadeiras “boates ambulantes”.

Vetron é uma equipe de aparelhagem de tecnobrega que é responsável por fazer grandes shows e por organizar a coletânea mais vendida entre os camelôs de Belém. A pirataria é responsável pela distribuição deste material que é fornecido pela própria equipe. Esta coletânea é importante para divulgar os artistas e ela é tida como referência do que é considerado material de boa qualidade na indústria do tecnobrega. Estas músicas chegam ao Vetron pela Internet e pelos próprios artistas, que reconhecem a importância da equipe e procuram-na para divulgar as suas músicas. O mercado de camelôs é alimentado por pequenas empresas que fazem as cópias em grande número que, combinadas como uma rede de fornecedores, atingem a totalidade da cidade de Belém. De acordo com Rubens Silva, vice-presidente do Sindicato dos Camelôs de Belém, uma música lançada atualmente pode chegar ao Macapá em cerca de três dias, isso acontece, pois a música não exige o suporte físico para ser passada a outra pessoa. Quando alguém em outro estado recebe o arquivo destas músicas, ela já pode fazer a cópia e iniciar as vendas na sua própria cidade, massificando a abrangência deste material. Até mesmo a arte para produção do material gráfico é compartilhada. O tecnobrega, ao contrário das gravadoras de *mainstream*, viu a pirataria como uma forma de divulgação gratuita e, além disso, uma forma lucrativa de transmitir a sua música. Rubens Silva diz que os artistas têm orgulho de ter suas músicas vendidas nos camelôs das cidades e até cobram dos vendedores quando seu material não está entre aqueles à venda. Assim como a televisão pode ser uma forma de divulgação e sustento, os camelôs funcionam da mesma forma, e para Rubens, a força da pirataria no Pará chega a ser maior do que a da Rede Globo para a indústria musical da região.

Por não conseguirem espaço junto às grandes gravadoras, esta foi a saída encontrada pelos artistas para conseguirem expressar o seu trabalho. Foi uma forma natural de a sociedade organizar-se para simplesmente conseguir se expressar e dar vazão ao potencial criativo acumulado e suprir a necessidade de distribuição. O que mais vende nas bancas piratas no centro da cidade de Belém é o material de artistas regionais, por meio das coletâneas organizadas por gravadoras

piratas, com o apoio destes artistas. É um caminho que os grupos e DJs de tecnobrega têm que passar para conseguir atingir ao sucesso. Os artistas mais populares chegam a vender de 3.000 a 4.000 discos com os camelôs. Porém, estes vendedores do mercado informal de tecnobrega, são vistos pela Lei como infratores e são tratados como qualquer outro tipo de camelô. Sofrem pressão da polícia, têm seus produtos apreendidos e podem até mesmo serem presos. Muitas vezes há verdadeiros combates entre os camelôs e a polícia. É uma prática ilegal, porém são os artistas que criam e produzem as músicas que fazem questão de que sejam distribuídas por esses meios, isso acontece por não haver outra opção acessível.

Não há forma de regulamentação desta indústria. Os embates entre justiça e tecnobrega vão continuar existindo, ao menos que algo seja feito para estruturar uma forma de organização que consiga defender os interesses das partes envolvidas. Pode ser que a regulamentação vá de encontro ao funcionamento desta indústria, podendo vir a extingui-la, por isso a discussão a respeito do tema deve ser cuidadosamente feita, pois os artistas ainda são dependentes da informalidade para seu sustento. São necessárias políticas públicas que venham a facilitar esta organização, sem prejudicar o funcionamento da indústria e a expressão cultural destes artistas. Além disso, os artistas precisam se informar melhor e ter estudo de mercado para conseguir ter embasamento e credibilidade na apresentação dos argumentos, enriquecendo as discussões sobre o tema.

### 3. O MÚSICO DIGITAL E A INTERNET

#### 3.1 Tecnologia e criação

Seguindo de acordo com o que foi apresentado pelo professor Clodomir Ferreira, o estudo da tecnologia é necessário para se compreender a situação da música que está em questão neste trabalho. A tecnologia no período atual se apresenta com uma característica cibernética.

A cibernética foi criada por Norbert Wiener, em 1948, no livro *Cibernética*. O nome deriva da palavra grega *Kubernetes*, que significa *piloto*.

“É o estudo das mensagens como meios de dirigir a maquinaria e a sociedade, o desenvolvimento de máquinas computadoras e outros autômatos, certas reflexões acerca da psicologia e do sistema nervoso, e uma nova teoria conjectural do método científico” (WIENER, 1968, p.15).

Os estudos de Wiener permitiram o desenvolvimento de diversos outros estudos que vieram a produzir posteriormente os computadores e outros sistemas midiáticos digitais populares atualmente.

A tecnologia midiática repercute diretamente sobre o cotidiano na maneira como o ser humano age no mundo. Estamos em meio a uma revolução tecnológica (pelo menos para uma parcela da população mundial). São novas tecnologias, novas mídias, cada vez mais interligadas e convergentes, possibilitadas pelo ambiente on-line. Está acontecendo uma modificação no tempo, nos espaços sociais e culturais (Silverstone, 2005). O mundo está 24 horas conectado, são noticiários acontecendo a todo instante, pessoas trocando informações pela Internet, serviços financeiros que não cessam. Não é clara a influência que as tecnologias virão a ter na vida social, econômica e política, mas sabemos que a tecnologia traz consequências profundas. Cada nova tecnologia que surge, oferece uma nova maneira de administrar e comunicar as informações, de transmitir e assimilar significados (Silverstone, 2005). O ser humano é dependente da tecnologia e se

acostuma a usá-las, a ponto de entrar em desespero frente à privação do acesso a ela. A tecnologia é cultural, envolve objetos simbólicos, materiais, estéticos e funcionais.

A cultura de massa é marcada pela fotografia e pelo cinema aproximando a arte ao público, quebrando a sua sacralidade fechada e íntima (Silverstone, 2005). As tecnologias midiáticas nascem em pontos de necessidade social generalizada, e não individualmente. Neste caso Walter Benjamin (2000) diz que o filme é uma forma de arte que surgiu em consonância com o aumento à ameaça à vida que o homem moderno enfrentava. Expor-se aos efeitos de choque era a forma para adaptar-se aos perigos que o ameaçava. Efeito semelhante acontece em relação ao surgimento do rádio. É possível observar que as tecnologias surgem com o fim de solucionar ou resolver temporariamente a necessidade de um grupo organizado culturalmente.

Estas mudanças tecnológicas não deixaram de atingir a música, que teve sua dinâmica alterada completamente no mundo todo. A forma como ela é criada, escutada, gravada, tocada e distribuída não é a mesma de alguns poucos anos atrás. Isso só veio a acontecer devido à globalização. Nunca foi tão fácil ter acesso ao material cultural de outras localidades. A internet permitiu a troca de informações em uma velocidade quase que instantânea. Pode-se observar o efeito disso na diversidade de estilos que um artista musical atual costuma misturar em suas composições, que são formadas, na maioria, pela junção de diferentes referências de origens variadas. Este efeito é causado pela amplificação do conhecimento técnico que a internet oferece. A música perde o seu contexto e referencial, não interessa mais de onde ela veio, mas o que ela representa para quem a está escutando. Ao atravessar nações e culturas, a música perde o contexto no qual foi criada e o caminho percorrido passa a ser irrelevante (HUGILL, 2008).

Tempos atrás, eram necessários processos lentos e onerosos para a produção do material fonográfico: impressão dos discos e CDs, transporte, distribuição. Um alto número de pessoas e custos envolvidos. Por outro lado, é possível obter um produto de altíssima qualidade gravando-o de forma caseira atualmente, sem grandes custos para o autor, além de que a quantia gasta com a distribuição também é ínfima, quase igual a zero.

A criação artística pode ser dividida em três momentos de importância (SUASSUNA, 2011): o campo do ofício, o campo da técnica e o campo da forma. Como o enfoque deste trabalho não é a arte como um todo, mas apenas a música, será dada atenção especial a este tipo de arte no decorrer das explicações. O ofício seria a parte básica, ligada aos materiais necessários da arte. É aquilo que o artista precisa dominar para poder executar uma obra. Conhecer o instrumento, saber que tipo de som ele produz e saber tocá-lo estão relacionados ao campo do ofício. Este campo deve ser aprendido de forma que o artista praticamente “se esqueça” dele no momento da criação, isso permitirá que ele coloque todo o seu empenho no ato criativo sem preocupar-se com a dificuldade de realização.

O campo da técnica está em um grau superior ao do ofício, no sentido de que possui menor rigidez e maior liberdade, é mais espiritualizado. Regras de arte continuam existindo, porém são mais abertas. Seriam os caminhos escolhidos pelo artista para desenvolver a sua personalidade, os artistas que o antecederam e que trabalharam de forma semelhante, os exemplos seguidos. O acesso ao material cultural diversificado proporcionado pela internet, faz com que o campo da técnica sofra influências diretas, aumentando o leque de opções disponíveis para o artista trabalhar e desenvolver o seu estilo. Tanto o campo da técnica como o do ofício se caracterizam como aqueles que podem ser aprendidos e ensinados. Em uma aula é possível aprender as diversas formas de se tocar um instrumento (ofício) e os diversos estilos e ritmos musicais existentes (técnica). Com aulas é possível formar um grande músico, mas ele seria como um ótimo artesão que apenas executa a criação de outrem.

A essência da arte está no campo da forma, que é regido pela imaginação criadora. A técnica seria uma espécie de ligação entre a parte espiritual (forma) e a parte material (ofício). A única regra deste campo em questão, ao contrário dos outros dois, é ditada pela intuição e pela imaginação do próprio artista, é o campo com maior liberdade. É nele que se pode identificar a marca pessoal do artista que o diferencia dos outros. Mesmo que este campo seja considerado “superior”, ele não pode desligar-se do ofício e da técnica, ou a imaginação criadora seria limitada, devido à incapacidade de realização do que é pretendido.

A música sempre esteve relacionada à tecnologia, “todos os instrumentos musicais são um exemplo de inovação tecnológica e desenvolvimento” (HUGILL,

2008). Os músicos desenvolvem o seu trabalho de acordo com as tecnologias que estão disponíveis, portanto, os computadores permitiram o desenvolvimento de técnicas de criação e tratamento de áudio que antes eram impossíveis. Pode-se caracterizar um músico digital aquele que

“abraça as possibilidades abertas pelas novas tecnologias, em particular, o potencial do computador para explorar, armazenar, manipular e processar sons, e o desenvolvimento de numerosas outras ferramentas digitais e dispositivos que permitem a descoberta e invenção musical” (HUGILL, 2008).

Ou seja, estes músicos estão preocupados em explorar criativamente um território com inúmeras possibilidades de atuação, seja na criação de sua música, na divulgação e/ou performance dela. A principal característica do músico digital é a curiosidade, a facilidade de ir do conhecido para o desconhecido e vice-versa.

Esta classificação em músicos digitais acontece devido aos meios digitais possuírem uma dinâmica diferente à dos meios analógicos, o que implica uma nova visão própria sobre o que é produzido pelas partes envolvidas. Giselle Beiguelman (2006) usa o conceito de originais de segunda geração para tratar das criações digitais. Significa que não é possível identificar que uma obra é original ou cópia, já que não há perda de “definição, qualidade ou aura (no sentido benjaminiano do termo<sup>9</sup>)” entre as duas versões. Quando um arquivo é copiado ou enviado a outra pessoa, não há prejuízo na qualidade deste arquivo, não se está privando outra pessoa de ter acesso ao conteúdo da obra, que também não possuem limites de transmissão. Permitir o compartilhamento e a modificação livre da obra significaria elevar a utilização delas até a sua potência máxima. Desta forma, Beiguelman (2006) afirma que o termo “apropriação” é inadequado nas condições dos meios digitais.

Isso nos leva a uma reflexão, proposta por Cristiani Olivieri (Boulay, 2009) sobre os aspectos positivos e negativos referentes às novas tecnologias. A diversidade na produção, a conexão a diversos locais do planeta, a independência em relação aos sistemas institucionais detentores dos processos de produção da

---

<sup>9</sup> Referência à perda de áurea citada por Walter Benjamin (2000) em A era da Reprodutibilidade Técnica.

música, liberdade de escolha dos meios para atingir o público e segmentação deste público em forma de nichos – permitindo a sobrevivência de estilos marginais ao *mainstream*. Todos estes pontos podem ser citados como positivos, principalmente aos artistas que estão no início de carreira e precisam de exposição do seu trabalho. Por outro lado, temos pontos negativos para alguns participantes do processo: o autor perde quase que totalmente o controle da sua obra, pois ela já pode ser baixada mesmo que sem a sua autorização, além de, provavelmente, sempre haver alguma parte lucrando sobre aquela obra que foi baixada pela internet: seja o site através de patrocínios, a venda de mailing, exploração comercial da obra criada, fama, entre outras possibilidades de beneficiamento.

### **3.2A criação musical**

O ser humano é um ser consciente, sensível e cultural, são nestas características que se baseiam os comportamentos criativos do homem (Ostrower, 2010). Só é possível falar de criação ao tratar de um ato intencional, ou seja, um ato de um ser consciente. E todo ser humano é também sensível em qualquer contexto cultural. Isso quer dizer, o homem carrega traços biológicos que são a consciência e a sensibilidade, a cultura é o fator de desenvolvimento social. A cultura se modifica em uma velocidade muito maior que os fatores biológicos podem o fazer. A cultura se acumula, modifica, mistura, complexifica-se, pode até ser extinta. Os comportamentos do homem se moldam de acordo com os padrões culturais em que vive. Ostrower (2010) ressalta que todo e qualquer ato do ser humano tem a cultura como referência e a define como:

“as formas materiais e espirituais com que os indivíduos de um grupo convivem, nas quais atuam e se comunicam e cuja experiência coletiva pode ser transmitida através de vias simbólicas para a geração seguinte”.  
(Ostrower, 1977, p.13)

Há indícios de que a cultura está presente desde os antepassados pré-históricos do ser humano. O principal deles é a pedra lascada, utilizada como forma de defesa, caça, preparo do alimento, já que estes seres não possuíam habilidades naturais para a realização destes atos. Para sobreviver desenvolveram ferramentas capazes de suprir esta necessidade e, de alguma forma, ensinavam aos mais jovens como proceder da mesma maneira. A sobrevivência da espécie dependia disso e a

partir deste momento a biologia e a cultura passaram a estar intimamente relacionadas.

Por sua vez, a sensibilidade pode diferenciar-se entre cada pessoa em área de interesse e intensidade, mas esta não está restrita apenas a artistas e privilegiados. Todos os seres humanos possuem esta característica. A sensibilidade seria a “porta de entrada das sensações” como definiu Fayga Ostrower (2010), é uma ligação constante com o mundo ao redor do indivíduo. Uma grande parte da sensibilidade está vinculada ao inconsciente, são as reações involuntárias do organismo; outra parte da sensibilidade chega ao consciente de forma organizada, ela é denominada de *percepção*. Ela é a “elaboração mental das sensações”. É a percepção é uma ordenação seletiva das sensações, aquilo que sentimos e compreendemos, formando o mundo que cada um conhece.

Como ser consciente, o homem toma consciência de sua existência individual e existência social, ao mesmo tempo. Ele é moldado e age de acordo padrões particulares ao contexto social. Seus interesses e aspirações são orientados pela cultura, assim como orienta também o ser sensível, que, por sua vez, orienta o imaginar individual. Na busca do ser consciente em um fazer intencional e cultural por conteúdo significativo, a própria sensibilidade torna-se ela a faculdade criadora, por adquirir uma função seletiva.

“...a sensibilidade se converteria em criatividade ao ligar-se estreitamente a uma atividade social significativa para o indivíduo. No enfoque simultâneo do consciente, cultural e sensível, qualquer atividade em si poderia tornar-se um criar”. (Ostrower, 1977, p.17)

A velocidade das informações no cotidiano faz com que isso seja refletido nas artes: produção e consumo instantâneos. Isso implica em uma cultura de remixagens em que todo o nosso cotidiano, que é recriado continuamente. O consumidor é o produtor ao mesmo tempo em que o produtor é consumidor.

O remix é a junção de duas ou mais coisas formando uma nova. Na música, o remix é a mistura de trechos de composições com o objetivo de produzir um material que tenha elementos de todas elas, mas soe de forma diferente. É defendido pelos artistas que realizam este tipo de trabalho por não se tratar de apropriação indevida já que as obras não soam como a original e muitas vezes são impossíveis de serem identificadas (RIP! A Remix Manifesto). Afirmam que

caracteriza um estilo musical, pois os artistas passam por um processo de composição completo (semelhante ao apresentado por Fayga Ostrower (2010)). Girl Talk, um famoso músico de remixes norte-americano, diz que o remix é parte da cultura, pois é a criação e recriação dela. São atitudes que aconteciam no passado e contribuíram para a evolução da cultura, mas que com as leis de direitos autorais, os artistas ficaram restritos aos desejos dos detentores destes direitos.

Os usos das tecnologias não estão limitados ao que vem escrito em embalagens e manuais, é característica da era da Internet modificar e buscar novas utilidades fora dos padrões, isso é o que permite a grande quantidade de sonoridades diferentes e composições que surgem. A criatividade vai além da notação musical, vai a um ponto de percepção da potencialidade da música nos suportes disponíveis. É a reinvenção constante do que é acessível para, através de tentativas insistentes, atingir à sonoridade desejada, possível somente na escala imaginativa.

### **3.3 As novas mídias**

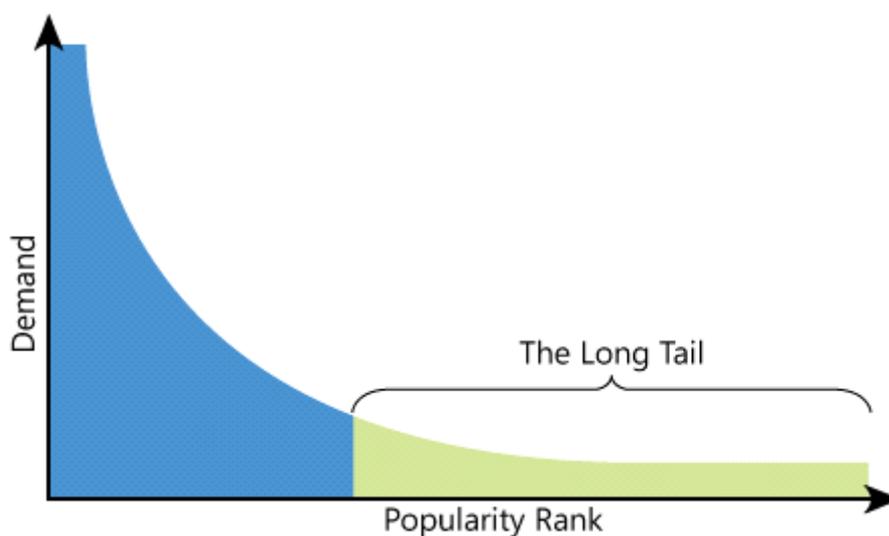
Novas tecnologias resultam no surgimento de novas mídias. Mídias interligadas e conectadas, com capacidade de abrangência muito maior do que as anteriores. A mídia é mais do que um ponto de ligação entre o produto e os espectadores, ela é uma experiência. Marshall McLuhan (Silverstone, 2005) viu as mídias como extensões do corpo humano, que aumentam o seu poder e a sua influência, podendo nos capacitar ou nos incapacitar. As mídias estabeleceram uma plataforma para a comunicação com a massa, estrangendo e invadindo culturas locais, porém, sem subjugar-las.

Daniel Bell (MARTIN-BARBERO, 2009) diz que esta revolução da técnica e o surgimento de meios de comunicação de massa (como o cinema, o rádio, a televisão e a publicidade) influenciaram diretamente a forma da sociedade se relacionar, de como se vestir até mesmo os valores morais mais profundos. Edward Shils (MARTIN-BARBERO, 2009) explica que a comunicação de massa foi a primeira a possibilitar a comunicação entre diferentes extratos da sociedade, tendendo à unidade cultural. Esta afirmação é verdadeira, mas a comunicação limitava-se a um sujeito emissor informando a diversos outros que funcionavam

simplesmente como receptores. Portanto, apesar desta comunicação entre classes acontecer, eram os poucos detentores da tecnologia que detinham o poder de produção da mensagem, normalmente integrantes das classes superiores da economia.

De qualquer forma, Jesus Martin-Barbero (2009) explica que para o homem comum, as artes e quaisquer objetos, por mais próximos (fisicamente) que estivessem, sempre pareceriam distantes, pois haviam uma forma de relação social que os fazia parecer assim. Com a ajuda dos meios de comunicação, as massas puderam sentir-se mais próximas, por mais sagrada que seja a obra. Os meios de massa tornaram as obras acessíveis ao grande público, de forma que agregaram sentido ao *idêntico* no mundo e das referências. A forma de percepção da arte através dos meios massivos não é individual e contemplativa, mas sim, coletiva e dinâmica.

A evolução da tecnologia e dos meios deu origem a outro tipo de mídia, classificada como mídias de função pós-massiva (LEMOS, 2009). Se aplica à situação das mídias que estão sendo criadas atualmente, que pertencem a um estado posterior às mídias de comunicação unilateral *broadcast* para uma grande quantidade de pessoas. São aquelas que funcionam por meio de redes de transmissão de dados e permitem a criação de informação por qualquer participante dela. O papel de emissor da informação deixa de estar concentrado nas mãos de um único agente para ser dividido entre todos os outros. Formam-se, assim, nichos interessados em conteúdos específicos e permite que haja oferta para atender a esta necessidade. Chris Anderson (2006) chamou esse fenômeno de Cauda Longa, em que a própria estrutura da rede garante a disponibilidade de produtos voltados para poucos. Os meios de função pós-massiva estão baseados na troca bidirecional de mensagens.



**Figura 1 – gráfico da cauda longa**

Acima está o gráfico da Cauda Longa descrito por Chris Anderson<sup>10</sup>. Há produtos e conteúdos que tem uma demanda maior em relação a outros, que formam nichos de tamanhos variados. Estes produtos do “corpo” do gráfico (a parte em azul) são os hits, aqueles produtos massificados que atingem um grande número de pessoas. A “cauda” (a parte em verde) é formada pelos produtos de nicho, que existem em grande quantidade, mas que interessam individualmente a poucas pessoas. A internet permitiu a variedade de conteúdo, de forma a atender aos públicos que não se interessam pelos produtos oferecidos para a grande massa. “A era do tamanho único está chegando ao fim, em seu lugar está surgindo algo novo, o mercado de variedades” (Anderson, 2006). A cauda compreende um conjunto de grupos que individualmente não teriam expressão numérica significativa, mas combinados, compõem um volume relevante de pessoas. Isso faz surgir mercados e produtores de conteúdo especializados em atender a estes públicos, já que os custos são mínimos na Internet e as redes de distribuição ponto a ponto levariam muito tempo e dinheiro para cumprir esta função.

A cauda longa só existe devido ao barateamento do armazenamento e dos processos de distribuição de informação na internet, que tende cada vez mais a zero. A deflação do preço do armazenamento de arquivos online é de 50% ao ano (Anderson, 2009). Logo, é fácil e barato (além de lucrativo) disponibilizar conteúdo que é acessado por um número muito pequeno de pessoas. Modelos de negócios

<sup>10</sup> Disponível em <<http://i.msdn.microsoft.com/dynimg/IC171839.gif>>, acesso em 20/11/2011.

são montados de acordo com este modelo: a Amazon.com faturou 9,91 milhões de dólares no segundo trimestre de 2011<sup>11</sup>. Esta empresa lucra tanto com os produtos mais procurados, como com os produtos menos procurados. Este segundo tipo de produtos, somados, chegam a render um faturamento maior que aqueles produtos *mainstream*.

### 3.4A Internet

Para compreender com exatidão a diferença dos meios de função massiva para aqueles de função pós-massiva, é necessário saber como foi o surgimento da Internet.

É uma tecnologia baseada em máquinas interligadas em forma de rede. Os seres humanos sempre se organizaram desta forma, porém, com a internet, estas redes atingiram um nível muito mais amplo, tornaram-se redes de informação mundiais (Castells, 2004). A Internet foi a primeira tecnologia que descentralizou a comunicação e permitiu que ela acontecesse de forma que fosse possível que muitas pessoas falassem para muitas outras, em qualquer tempo escolhido e em escala global. A internet é uma forma de mostrar como a cooperação e a liberdade de informação favorecem a inovação e o desenvolvimento da sociedade. É possível observar também que as tecnologias costumam ser apropriadas pelas pessoas, que as experimentam, modificam, aperfeiçoam.

No livro *A Galáxia da Internet*, de Manuel Castells (2004), é apresentado um resumo da história da Internet. Surgiu a partir do projeto chamado ARPANET. Era uma rede de computadores da ARPA (*Advanced Research Projects Agency*) criada em Setembro de 1969. A ARPA foi fundada pelo Departamento de Defesa dos Estados Unidos para alcançar superioridade tecnológica militar sobre a União Soviética e a ARPANET foi um projeto menor de um dos setores desta agência. O objetivo era ser uma forma de dividir o tempo de trabalho dos computadores entre os centros de informática interativa e grupos de investigação da agência.

---

<sup>11</sup> Disponível em <<http://tecnologia.uol.com.br/ultimas-noticias/reuters/2011/07/26/receita-e-lucro-da-amazon-superam-expectativas-do-mercado.jhtm>>, acesso em 16/11/2011.

A proposta da ARPANET era construir o desenho de uma rede de comunicações flexível e descentralizada, construindo, assim, um sistema de comunicações que sobreviveria a algum possível ataque nuclear. A rede era composta por 15 nós espalhados, na maioria, por centros de investigação universitários. A primeira apresentação com êxito da ARPANET foi em 1972 em um Congresso Internacional em Washington, nos Estados Unidos. Em seguida, o processo foi possibilitar a ligação da ARPANET com outras redes de computadores. Começou-se pelas próprias redes de comunicação que a ARPA estava desenvolvendo (PRNET e SATNET). O esboço da arquitetura básica da Internet como a conhecemos hoje foi desenvolvido em 1973, por Robert Kahn e Vint Cerf.

Em 1983, o Departamento de Defesa dos Estados Unidos decidiu criar uma rede exclusiva para funções militares, por medo de violações no seu sistema de segurança. Assim, a ARPANET converte-se a ARPA-INTERNET. Em 1984 a Nation Science Foundation dos EUA criou e estabeleceu a sua própria rede informática de comunicações, a NSFNET e, em 1988, passou a utilizar a ARPA-INTERNET como ligação central da rede. Em 1990, a ARPANET estava obsoleta e foi desmontada. A Internet ficou livre do contexto militar e, em 1990, a maioria dos computadores dos EUA estava apta para o funcionamento em rede. A Internet pôde ser utilizada de forma privada a partir de 1995, com o encerramento da NSFNET. Uma série de ISP (Internet Service Providers), fornecedores de serviços para Internet, constroem redes e ligações de acesso próprias com fins comerciais. Este momento foi marcante para o desenvolvimento acelerado da Internet como uma rede global de redes de informática, baseada numa arquitetura descentralizada e em protocolos de comunicação abertos. Assim, foi possível criar novos nós e inúmeras reconfigurações para adaptar-se a novas necessidades de comunicação. Aqui podemos ver como a abertura dos códigos fontes<sup>12</sup>, permitindo novas criações de diversos programadores diferentes, foi imprescindível para o sucesso da Internet, fez surgir diversos programas que, provavelmente, não existiriam se a sua utilização fosse restrita a um pequeno grupo de colaboradores.

A *world wide web* possibilitou a popularização mundial da Internet ao permitir o partilhamento de informações ligando diversos computadores por meio de

---

<sup>12</sup> Código fonte são palavras ordenadas em uma linguagem de programação formando linhas de comandos que, ao serem compilados, transformam-se em programas executáveis.

um sistema interativo. Foi uma aplicação desenvolvida pelo programador inglês Tim Berners-Lee, permitia tirar e introduzir informação em qualquer computador que estivesse ligado e conectado a internet. Construiu em parceria com Robert Cailliau este programa navegador/editor (browser/editor), que chamaram de *World Wide Web*, em 1990. O CERN (Centro de Investigação de Física de Alta Tecnologia, situado em Genebra), local onde Berners-Lee trabalhava, divulgou o software *www* na rede gratuitamente em 1991. Nesse momento diversos programadores iniciaram por conta própria a desenvolver seus próprios browser baseados nesta criação, surgindo inúmeras versões modificadas da *www*. A versão desenvolvida com o propósito mais comercial foi a Mosaic, criada por Marc Andressen e Eric Bina. O software, assim como a *world wide web*, foi disponibilizado em domínio público no início do ano de 1993. O empresário Jim Clark procurou Andressen e Bina para criarem o primeiro *browser* realmente comercial, o Netscape Navigator, em 1994. Ao observar o êxito deste navegador, a empresa *Microsoft*, de Bill Gates, acrescentou uma versão de seu próprio navegador, o Internet Explorer, no seu sistema operacional *Windows 95*. No meio da década de 1990, a Internet já estava privatizada e era possível ter ligação a todas as redes de informática de qualquer local do planeta. Apesar da Internet já existir conceitualmente desde a década de 60, para a população e as empresas em geral, foi no ano de 1995 que ela realmente começou.

Surge, em 2004, um novo termo, agora para designar uma nova era da Internet: a web 2.0. Seria uma era em que os usuários teriam maior liberdade de atuação na rede, passando da posição de passivo para produtor de conteúdo (PRIMO, 2006). Além disso, permitiu a classificação e mixagem de conteúdos, o que fez surgir os sites colaborativos: redes sociais, Wikipédia, blogs. Com a Internet 2.0, é a primeira vez que a população geral ganha o poder de se comunicar em grande escala, mudou a forma clássica de comunicação de massa de um falando para muitos, para muitos falando com muitos.

A internet permitiu a troca de informações em larga escala e está presente em praticamente todos os momentos do dia de um homem urbano da segunda década do século XXI. Os computadores permitiram a digitalização de diversos materiais, inclusive a música, figura como o principal produto compartilhado pela internet. Uma música quando compartilhada na Internet, não depende de um

meio físico para que isso aconteça. Aqui não estamos diante de uma troca de suportes técnicos na música, como aconteceu dos Long Plays para os Compact Discs. O que está acontecendo atualmente é o questionamento sobre a circulação e consumo de música e demais bens culturais (PERPÉTUO; SILVEIRA, 2009).

Pela primeira vez o indivíduo pode produzir, publicar e receber informação em tempo real, participando e colaborando em grupos conectados em rede. É a difusão do poder de comunicação. A estrutura de nuvem com diversas máquinas interligadas, fez com que a música não estivesse mais presa a um tipo específico de material. Ela pode estar sendo escutada em diversos locais ao mesmo tempo sem interferir a utilização de outra pessoa. Isso seria inimaginável se a música ainda dependesse de um material físico para que ela existisse. Observando a história das gravações, é possível perceber o grande processo de evolução que a música passou, as tecnologias e meios utilizados até chegar ao momento atual, assim compreendemos a grandiosidade das mudanças que estão acontecendo com a troca dos formatos materiais da música para os digitais e compartilháveis.

### **3.5A evolução dos formatos de áudio**

A história das gravações de áudio começa no ano de 1877 com a invenção do fonógrafo<sup>13</sup>, por Thomas Edison. Um cilindro envolto por um papel de estanho e um pavilhão com um diafragma ao fundo, onde se fixava uma agulha. No estanho era feito o registro com a vibração da agulha, o processo inverso era feito para a audição do que fora gravado. O fonógrafo possuía algumas limitações, como a impossibilidade de uso depois de 3 ou quatro audições, não permitia cópia e nem a possibilidade da música ser guardada. O estanho foi posteriormente substituído por um cilindro de cera, o que aumentou a durabilidade da gravação e facilitou o manuseamento do aparelho. Emil Berliner foi o primeiro a desenvolver uma forma de gravação em disco plano, o material escolhido foi o zinco, que era percorrido por uma agulha em uma espiral traçada. Ele também possibilitou a cópia ao criar um molde com um material metálico mais resistente, podendo ser utilizado diversas

---

<sup>13</sup> Gravação e Reprodução do som. Disponível em <[biomania.com.br/bio/conteúdo.asp?cod=1966](http://biomania.com.br/bio/conteúdo.asp?cod=1966)>, acesso em 20/10/2011.

vezes. Esta técnica permitiu a gravação de áudio em quantidade de milhares a partir do original.

Estas gravações eram realizadas de forma mecânica, possuíam muitos problemas como ruídos, som estridente, limitação de tonalidades e o volume era regulado pela intensidade da voz e do instrumento do músico. O sistema magnético de gravação surge em 1898, criado por Valdemar Poulsen. Esta técnica foi posta em prática e popularizada pela indústria na década de 1930, com a fabricação das fitas magnéticas pela BASF. Isso permite o desenvolvimento nos anos seguintes, nos EUA, de uma técnica de gravação que possibilitava sincronizar o áudio com a imagem feita por câmeras simultaneamente, além da facilidade das apresentações de rádio poderem gravar os seus programas e manipulá-los em estúdio.

Em 1933, a EMI (*Electric & Musical Industries*) cria a gravação estereofônica, com discos de 78 rotações por minuto. Após a Segunda Guerra Mundial, o vinil se sobrepôs à goma-laca<sup>14</sup> e passa a ser utilizado como principal matéria-prima. Este material permitia que os sulcos dos discos fossem mais estreitos, o que reduziria a velocidade de rotação das chapas para 45 e 33 1/3 RPM, isso aumentaria a quantidade de tempo disponível para gravação. Este disco recebeu o nome de *Long Playing*, popularmente chamado de LP. Isso possibilitou a criação de músicas mais longas e álbuns mais completos e conceituais. Isso exemplifica como o meio influenciou diretamente a criação estética artística.

Na década de 1960, a marca holandesa *Philips*, lança no mercado as fitas cassetes. Uma pequena caixa plástica contendo em seu interior a fita magnética, modificando a gravação profissional e amadora, a distribuição e a audição da música. Esta técnica permaneceu quase inalterada até a década de 1990. O preço do equipamento tornou-se acessível para o uso caseiro, mais pessoas podiam ouvir as fitas e gravar outras em suas próprias residências. Posteriormente, lançado em 1979, o Walkman da Sony permitiu que as músicas fossem escutadas enquanto o indivíduo se locomovia. Assim, o ouvinte não tem mais a necessidade de estar em

---

<sup>14</sup> Material utilizado anteriormente para a fabricação dos discos.

um ambiente fixo, ele pode fazer a audição em qualquer local, gravando as músicas em casa em uma fita cassete<sup>15</sup>.

As empresas Sony e Phillips fizeram uma parceria no final da década de 70 para desenvolver um disco digital. Em 1983, foi colocado a venda o *Compact Disc*, o CD. Era vendido como um produto com um som de superior qualidade e com maior durabilidade, pois não sofria o desgaste da agulha sobre o disco. Realmente, a resistência deste produto é maior que a do LP, porém muitos duvidam da qualidade do som do CD em relação ao vinil. O CD popularizou-se apenas nos anos 90, quando as editoras decidiram parar a produção em massa dos vinis por custarem mais caro.

O formato digital padrão para computadores é chamado WAV, e 1 minuto de música equivale a 10MB de espaço utilizado no *Hard Disc*<sup>16</sup> (disco rígido) da máquina, o que acaba utilizando um espaço gigantesco para armazenagem de arquivos de áudio. O surgimento do mp3<sup>17</sup> permite a redução deste espaço em aproximadamente 90%. É um formato digital de compactação do áudio, com perdas praticamente imperceptíveis ao ouvido humano. A criação do mp3 começou em 1987 na Alemanha, mas o produto final só ficou pronto em dezembro de 1991. No final dos anos 90, o mp3 chega à casa dos usuários através de uma quantidade enorme de músicas compactadas, isso permitiu que as pessoas pudessem escutar suas músicas favoritas sem a necessidade de ficarem trocando a cada momento os CDs. A internet acompanhava o crescimento, o que facilitava a troca de informações em mp3. Em 1997 surge o pioneiro tocador de mp3 para computadores de mesa, o Winamp, para o sistema operacional Windows, que permitia a audição com uma interface amigável do arquivo. Em 1998 é lançado o primeiro tocador portátil de mp3 (mp3 player), o Rio 100, a função é semelhante a do Walkman, porém para músicas em formato digital mp3. A revolução e popularização do mp3 aconteceram em 1999 com a criação do Napster. O programa criado por Shawn Fanning e Sean Parker permitia a distribuição e compartilhamento dos arquivos diretamente de computador para computador pela tecnologia P2P. Adiante esta tecnologia será abordada com maior detalhamento.

---

<sup>15</sup> Esta invenção deu origem aos tocadores de mp3 atuais como o iPod da marca Apple, mesma criadora dos primeiros computadores pessoais.

<sup>16</sup> É a parte do computador onde os dados são armazenados.

<sup>17</sup> Disponível em <<http://www.tecmundo.com.br/2106-a-historia-do-mp3.htm>>, acesso em 24/10/2011.

### 3.6 As gravadoras

O empresário da indústria fonográfica Chris Wright, afirma no livro *Fazendo Música* (MARTIN, 2002) que o que fez a música se tornar um negócio lucrativo foi o conceito de copyright. Em 1882, foi fundada na Inglaterra a Music Publishers Association, o que mostra quanto tempo a música já é um negócio legítimo. As gravadoras se tornaram cada vez mais profissionais e lucrativas, pois eram as detentoras do copyright das músicas gravadas, passando apenas uma porcentagem para o artista (*royalty*) do que as gravações arrecadavam, principalmente sobre a venda de discos. A maior porcentagem dos arrecadamentos com as gravações iam para o editor e ao compositor da música.

Antes da invenção das gravações, o compositor era a pessoa mais importante do processo produtivo da música, pois a não ser que se estivesse presente em uma apresentação ao vivo da música, a única forma de escutá-la era comprando a partitura e tocando-a por conta própria. Isso ainda permaneceu dessa forma nos primeiros anos da criação da técnica de gravação, pois o preço dos aparelhos era um fator limitante à audição do disco. O barateamento dos equipamentos e a invenção do rádio permitiu que a música pudesse ser escutada por uma quantidade maior de espectadores, como foi falado anteriormente. Assim, o artista intérprete começou a adquirir espaço de importância, pois era ele que os ouvintes podiam escutar em grande escala e eles eram os porta-vozes das canções. A mudança do foco de atenção fez com que o artista se tornasse a atração principal ao invés do compositor. As gravadoras deixaram de procurar a melhor música para encontrar o artista certo (MARTIN, 2002), pois eram eles que acarretavam em vendas de discos.

A indústria musical tornou-se com o tempo um negócio organizado e lucrativo, envolvendo relação com advogados, contadores, empresários e artistas. O lançamento de um novo artista requer, para as gravadoras, uma grande quantia de dinheiro investido, além de muitos produtores e técnicos envolvidos no processo.

Até agora, as grandes gravadoras musicais (*majors*) ainda não haviam se sentido realmente ameaçadas por alguma nova dinâmica que havia surgido no decorrer deste tempo. Inicialmente, nos anos 50, as gravadoras eram as detentoras

da tecnologia e não possuíam concorrentes, logo, ofereciam um produto de estilo musical homogêneo para uma classe que também era considerada homogênea. Nos anos 60, com o barateamento dos aparelhos de reprodução fonográfica, uma quantidade maior de pessoas teve acesso à música gravada, o que levou, naturalmente, a uma maior segmentação de estilos e necessidade de atender a esta demanda. Os autores Davi Nakano e João Leão (PERPÉTUO; SILVEIRA, 2009) explicam que a partir da década de 70, visando diversificar a sua oferta, as gravadoras abriram seus negócios para pequenas gravadoras e produtores independentes, com o intuito de encontrar novos artistas para compor o seu elenco. As pequenas gravadoras vieram a ser uma porta de entrada para os artistas iniciantes ao *mainstream*. De forma alguma isso veio a enfraquecer o poder das *majors*, que viam nestas gravadoras de pequeno porte a possibilidade de diversificar a oferta de artistas e obter maiores lucros. O ápice deste sistema foi na década de 80, com o surgimento do Rap, do New Wave (que foram rapidamente incorporados pelas *majors*) e da MTV, que mudou drasticamente a forma de se divulgar a música popular. A MTV é um canal voltado para a música, videoclipes eram transmitidos durante todo o dia na programação. Para um artista ser considerado bom pelo grande público, ele deveria ter um videoclipe transmitido na MTV. Mesmo assim, isso não abalou as grandes gravadoras, que tiraram proveito deste novo sistema. Eram elas que tinham poder econômico suficiente para investir neste tipo de mídia, ao contrário dos artistas independentes e das pequenas gravadoras que continuavam dependentes das maiores. Pode-se observar que até então, as gravadoras possuíam um sistema de negócios estável por serem detentoras únicas do poder econômico e da tecnologia.

A introdução da tecnologia digital para as técnicas de gravação iniciou um processo que posteriormente viria a ser a principal ameaça para as *majors*. As formas digitais de se gravar são muito mais baratas do que as analógicas, isso permitiu o surgimento massivo de gravadoras independentes com padrão de qualidade semelhante ao dos grandes estúdios. Principalmente com a popularização de computadores pessoais a partir de meados da década de 80, artistas autônomos puderam começar a produzir música em seus *bedroom studios* (Leão e Nakano). Isso gerou a criação natural de um circuito independente de produção musical, sem relação de produção e distribuição com as *majors*. Um maior número de artistas

adquiriu espaço para apresentar e divulgar o seu trabalho, o conjunto destes artistas veio a gerar estilos musicais novos como a *Dance Music* ou o Rap. Leão e Nakano (PERPÉTUO; SILVEIRA, 2009) falam que estes estilos foram gerados em quase total independência, como se fosse uma celebração do coletivismo, isso fez com que extrapolassem o simples entretenimento e viessem a ganhar, para muitos, caráter ideológico de expressão da democratização da arte. Com a chegada dos anos 90 e a popularização da internet, além da produção barata da música, a distribuição dela segue o mesmo caminho e deixa de ser onerosa. O suporte físico do CD ou LP torna-se desnecessário. Foi neste momento que as grandes gravadoras foram realmente ameaçadas. A música não é mais comercializada como um bem físico, mas é distribuída livremente como um bem cultural. A produção e distribuição com custo próximo a zero não justifica mais os altos valores cobrados pelas *majors*.

As principais inimigas das gravadoras e responsáveis por esta modificação do sistema fonográfico, foram as plataformas P2P, ou peer to peer, que em inglês significa par a par, ou em pares. São sistemas caracterizados pela descentralização de funções na rede, ou seja, um ponto pode ser ao mesmo tempo receptor e fornecedor de informação, o que permite alta velocidade de transferência de dados. A função de um computador servidor (centralizador e fornecedor de dados) é descartada e todos os computadores envolvidos na rede podem passar a comportarem-se como servidores, dependendo do papel desempenhado na troca da informação. Alguns exemplos destas plataformas são o Napster, o Kazaa e o e-Mule. Este modelo mudou para sempre a história da música, representando a liberação definitiva do seu aprisionamento em determinados suportes. A primeira atitude destas gravadoras foi de evitar a atuação destas novas formas de distribuição e produção por meio de processos judiciais contra as redes P2P. Acusaram-nas de violarem os direitos autorais ao disponibilizarem para download arquivos protegidos por lei. As plataformas que suportam redes P2P alegam inocência das acusações por não participarem do processo de cópia das músicas, que são realizados inteiramente nas máquinas dos usuários. As gravadoras acabaram ganhando a maioria dos processos, o que acarretou ao encerramento das atividades da pioneira Napster. Estas medidas não foram aprovadas pelos usuários comuns de música. Ao perceberem isso, as grandes empresas fonográficas até tentaram entrar em negócios para internet de alguma forma, mas suas tentativas

ainda não conseguiram obter grande sucesso por permanecerem presas aos modelos convencionais de faturamento. Em contrapartida surgiram inúmeras gravadoras de pequeno porte, com novos modelos de negócios compatíveis ao contexto do mercado interconectado.

### **3.7 Comunidades virtuais para músicos**

As grandes empresas fonográficas ainda detêm poder sobre os canais de divulgação e distribuição, muitas dessas empresas fazem parte de grandes grupos de mídia, que atrelam maior capacidade econômica a essas empresas. Porém, as produtoras independentes encontraram nichos onde podem promover as suas obras de maneira desvinculada das mídias de massa. Antigamente as formas mais importantes de divulgação do trabalho de um artista eram os programas de TV e de rádio, atualmente, assumindo este papel estão as comunidades virtuais de música, caracterizadas por redes de relacionamento na Internet, como o MySpace, o SoundCloud, o Last.fm, o Youtube, entre outras.

As comunidades virtuais caracterizam-se pela interatividade social e colaboração. Foi a cultura comunitária que configurou as formas, processos e usos sociais da internet (CASTELLS, 2004). Castells explica que a origem das comunidades on-line tem muitas semelhanças com os movimentos de contracultura surgidos após a década de 60, muitos dos primeiros desenvolvedores faziam parte do movimento hippie, desenvolvendo filosofias muitas vezes tendendo a anarquia. Com o passar do tempo, estas comunidades aumentaram de tamanho e variaram a sua temática, perdendo um pouco o caráter puro de contracultura, mas que nunca deixou de estar nas raízes das comunidades. Estas comunidades costumam basear-se em duas principais características (CASTELLS, 2004), a primeira é a importância pela comunicação livre e horizontal, seria o ambiente para a prática da liberdade de expressão em nível global em contraste com meios massivos de comunicação. Esta característica definiu a forma de comunicação de muitos para muitos da Internet. O segundo valor seria a capacidade das pessoas encontrarem o que desejam nas redes e, se não conseguir, poder criar por conta própria seu próprio conteúdo estimulando a geração de uma nova rede.

As redes sociais deram origem às mídias sociais, que são plataformas online que tem por objetivo a sociabilidade dos participantes. As redes sociais de música funcionam como um canal de comunicação e muitas delas também como um canal de distribuição. Cada uma destas redes tem uma característica marcante, porém o que todas têm em comum são as características sociais. São plataformas que abrigam redes compostas por pessoas e marcas que partilham informações e valores. Ao criar páginas para as bandas, o artista estabelece uma relação de cumplicidade e diálogo direto com o público. Em algumas destas redes como o MySpace e o SoundCloud (especializadas em música) é possível disponibilizar as músicas para audição e até mesmo download.

O MySpace.com<sup>18</sup> foi, por muito tempo, a rede social mais popular do mundo, com áreas interativas de fotos, blogs e perfis que permitiam a comunicação dos usuários entre si. Foi criada em 2003, mas por volta de 2006 começou a perder espaço para outra rede social, que atualmente é a maior do mundo, o Facebook<sup>19</sup>. Hoje, o MySpace tem focado as atividades para o seu principal público atuante, os músicos. É possível compartilhar músicas, ter um canal de vídeos, comunicar-se com outros artistas e fãs. Muitas bandas utilizam apenas o MySpace como rede de comunicação na Internet.

---

<sup>18</sup> Disponível em <<http://www.myspace.com>>, acesso em: 20/11/2011

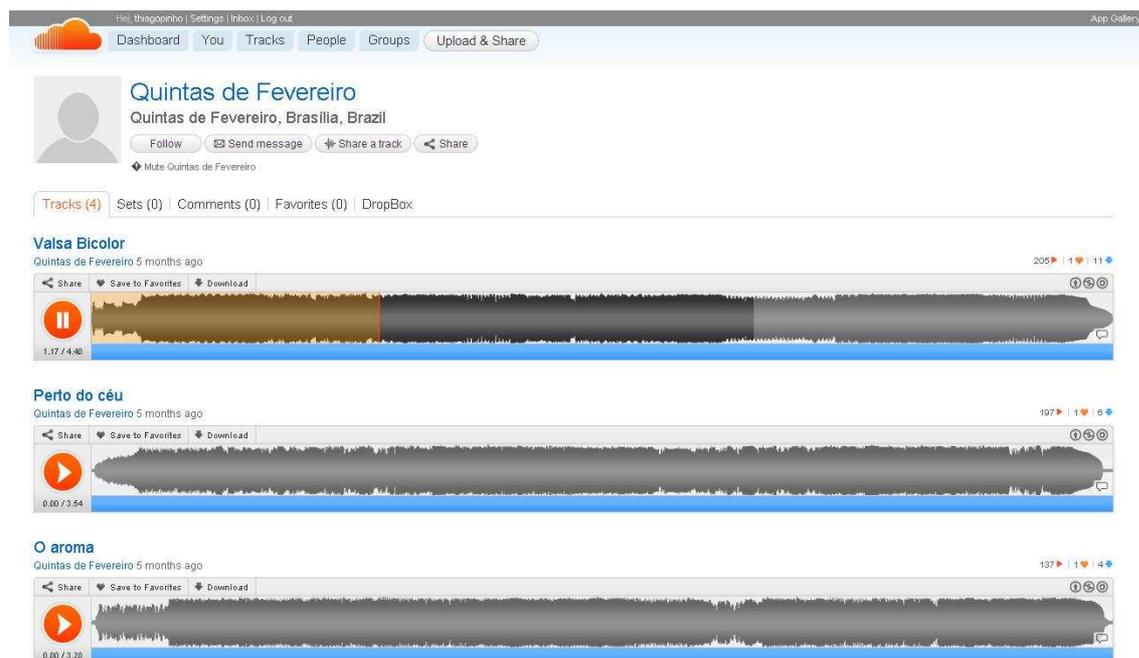
<sup>19</sup> Disponível em <<http://www.facebook.com>>, acesso em: 20/11/2011

The screenshot displays the Myspace profile for the band OK Go. At the top, the Myspace logo and navigation links are visible. The profile header includes the band's name, a 'Seguir' button, and a 'Curtir' button with a count of 615. A navigation menu on the left lists various profile sections. The main content area features a music player for the album 'OF THE BLUE COLOUR OF THE SKY' with a track list and play counts. A sidebar on the right contains advertisements for hotels in Bora Bora and a 'Shows & Eventos' section.

Figura 2 – myspace.com

Enquanto o MySpace é voltado para artistas e público, o Soundcloud.com<sup>20</sup> é utilizado principalmente por profissionais. Lá é possível disponibilizar para audição, download pela licença Creative Commons, colaborar e distribuir obras completas. O objetivo inicial era permitir a troca de informações entre artistas a respeito das obras que estavam produzindo, facilitando o diálogo e a possibilidade de colaboração no trabalho de outro compositor antes do seu lançamento público, mas após certo tempo, a plataforma atingiu sucesso com o público que também não é artista, o que fez o seu volume de tráfego de usuários aumentar.

<sup>20</sup> Disponível em <<http://www.soundcloud.com>>, acesso em: 20/11/2011



**Figura 3 – soundcloud.com**

O Last.fm<sup>21</sup> é uma comunidade virtual com foco em música. Tem a função de rádio online e, pelo serviço, são trocadas informações e recomendações sobre temas musicais. O Last.fm monta um perfil detalhado do usuário mostrando as suas preferências, artistas e músicas mais escutadas, o que permite que se encontre usuários com gostos semelhantes, indicações de músicas e novos artistas. Há uma rádio no Last.fm que toca apenas músicas que foram recomendadas para o usuário por meio do cruzamento de dados dos interesses e obras que o usuário costuma escutar, além disso é possível estipular classificações (tags) às faixas, participar de debates, saber as novidades, entre diversas outras funções associadas à música.

<sup>21</sup> Disponível em <<http://www.last.fm>>, acesso em: 20/11/2011

The screenshot shows the Last.fm website interface. At the top, there is a red navigation bar with the Last.fm logo and menu items: Músicas, Rádio, Eventos, Tabelas, and Comunidade. On the right side of the bar, there are links for Mensagens, Logout, and a user profile for thiagoqintas. Below the navigation bar, there is a search bar and a search button. The main content area is divided into several sections:

- Encontre músicas na Last.fm:** A search bar with the placeholder text "Pesquise o catálogo de músicas: Artista ou tag" and a "Procurar" button.
- Músicas populares na Last.fm:** A section titled "Popular | Músicas do momento | Popular - Brasil" featuring a list of popular artists:
  - Coldplay:** 208.838.586 execuções (3.767.021 ouvintes). Parecido com: Keane, Snow Patrol, Kings Of Leon, Travis, The Killers. Genre: rock.
  - Radiohead:** 308.051.204 execuções (3.525.706 ouvintes). Parecido com: Thom Yorke, Jonny Greenwood, Sigur Rós, Portishead, Blur. Genre: alternative.
  - Adele:** 47.695.336 execuções (1.356.374 ouvintes). Parecido com: Amy Winehouse, Jessie J, Beyoncé, Florence + The Machine, Christina Perri. Genre: soul.
  - The Beatles:** 339.978.849 execuções (2.618.919 ouvintes). Parecido com: Paul McCartney, John Lennon, George.
- Recomendado:** A section with two artist recommendations:
  - Elis Regina:** Parecido com: Chico Buarque, Caetano Veloso.
  - Ney Matogrosso:** Parecido com: Caetano Veloso, Chico Buarque.
- Grátis p/ quem tem Power:** A promotional banner for Power Music Club GVT with the text "Entre na Vida da Música no Portal Power Music Club GVT. Acesse já!" and a link to www.PowerMusicClub.com.br.

Figura 4 – last.fm

O YouTube<sup>22</sup> é um site do Google que possibilita a postagem e compartilhamento de vídeos. Revolucionou a divulgação de material audiovisual devido ao nível mundial de popularidade que atingiu. O site possui características sociais pelo espaço para comentários abaixo dos vídeos (onde acontecem discussões a respeito do material e do tema), a opção de gostar ou não gostar de um vídeo e os canais que cada usuário e marca podem ter. Recebe cerca de 48 horas de vídeos por minuto, o que deixa clara a popularidade do site.

<sup>22</sup> Disponível em <<http://www.youtube.com>>, acesso em: 20/11/2011

The image shows a screenshot of a YouTube video player. The video title is "The Beatles - You Won't See Me" by the channel "fucktown", which has 55 videos. The video player shows a still image of the Beatles with a large orange leaf graphic in the top left corner. The video has 398,602 likes and 1094 dislikes. The upload date is 05/11/2007. Below the video, there are several recommended videos, including "If I Needed Someone", "Nowhere Man", "The Beatles - 'It's Only Love'", "The Beatles - The Word", "Think For Yourself", and "The Beatles - She said She said".

Figura 5 – Youtube

### 3.8O valor das novas produções artísticas

Fayga Ostrower (2010) aborda a noção de valor afirmando que em todo objeto se encontra conteúdos significativos e valores, pois tudo que é percebido carrega em si uma projeção valorativa. Os valores estão baseados nas experiências vividas do ser humano e as suas avaliações internas. Mas os valores não estão relacionados às percepções individuais, mas sim à coletiva dos integrantes de uma sociedade. Originados a partir da relação destas percepções sociais em um determinado contexto histórico “formando a base das instituições e das normas vigentes, constituem o corpo de ideias predominantes em uma dada sociedade” (OSTROWER, 2010, p.101). É um padrão de referência que o indivíduo qualifica a sua própria experiência, sabendo disso ou não.

Mesmo que o indivíduo discorde de certos valores da sociedade em que vive, Ostrower (2010) diz que a sua crítica será formulada a partir deste contexto em que vive. Mesmo que para contestação, a criação é realizada a partir do contexto cultural e suas valorações, os propósitos de uma obra em outra época e visões de vida, provavelmente seriam inconcebíveis. O que em um determinado momento

social foi fundamental para a formação e sobrevivência da cultura, em outro poderia ser levado a descrédito e até mesmo rejeitado.

A partir do século XX, o problema da contextualização de valores torna-se mais complexo. Os valores não são mais comparados entre épocas, mas no mesmo período histórico coexistem diferentes culturas com valores e sistemas sociais diferentes.

A partir do que foi dito por Fayga Ostrower, o contexto atual que dá origem ao valor percebido da música na Internet pode ser estudado com maior clareza. O valor de um músico está cada vez mais ligado à sua qualidade como artista do que à sua capacidade de divulgar, promover ou gerenciar negócios artísticos. Isso porque o artista não depende mais de uma gravadora para definir o que é ou não vendável, como é explicado pela lógica da Cauda Longa acima, haverá um público interessado no produto que este artista oferece e estará de acordo com as criações deste. A liberdade criativa é maior, pois não depende de leis de mercado para lapidar a sua obra, dessa forma ele pode expressar-se de acordo com seu espírito.

A relação próxima com o público que a internet oferece gera mais valor de cumplicidade ao artista junto aos espectadores, do que era possível ser gerado pelas grandes gravadoras, com produtos industrializados de alto custo e difícil acesso. O preço nunca foi agregador de valor, Fayga Ostrower (2010) diz que a relação preço-valor não existe, pois o valor é formado pelas “genuínas realizações humanas” que são aquelas características referentes ao homem como pessoa, as experiências de vida, a inteligência, os relacionamentos, a compreensão. A cumplicidade com o público e sinceridade é o maior agregador de valor que um artista pode conseguir, pois é dessa forma que ele se expressa. É praticamente obrigatório, para um artista ser conhecido atualmente, fazer parte das redes sociais, pois, ao mesmo tempo em que fica muito mais fácil estabelecer o contato com o público, existem outras bandas que estão presentes nestas redes conversando diretamente com os seus fãs, o que, na visão mercadológica da música, torna a concorrência mais competitiva. O artista deve se adaptar às formas de comunicação e distribuição do contexto em que vive. Portanto, o artista precisa ter domínio das ferramentas que utiliza e um conhecimento suficientemente empreendedor para adquirir espaço junto ao público, encontrando estas ferramentas e adaptando-as ao

seu trabalho (Boulay, 2005, p. 137). A comunicação digital dá um poder muito grande aos músicos (PERPÉTUO; SILVEIRA, 2009), pois o artista tem condições de atingir o sucesso sem o intermédio da indústria para decidir quem deve ou não conseguir.

Há outra discussão acerca do valor da obra, desta vez quanto ao valor de arte de acordo com a moral. Obras que vão de encontro à moral e àquilo que é considerado legal na sociedade, seja na sua temática ou no seu processo de produção, podem ser consideradas obras de arte? Neste ponto entram em discussão obras remixadas, *mash ups*<sup>23</sup>, *samplers*<sup>24</sup>, entre outros tipos de manifestações musicais que reaproveitam obras de terceiros para criar uma nova. Também entram em discussão as obras que baseiam a sua criação e distribuição em processos considerados ilegais como a pirataria, o download sem autorização, programas de computador sem licença.

No século XX, Nietzsche influenciou o pensamento ocidental com a ideia de que o comportamento do homem está acima do Bem e do Mal (SUASSUNA, 2011). Quanto à estética, Oscar Wilde e André Gide (SUASSUNA, 2011) passaram a considerar a arte como superior e imune ao qualquer influência da moral. Suassuna utiliza extremos para explicar a relação entre moral e imoral. O primeiro é Hegel (SUASSUNA, 2011), que afirma que obras que sutilizam do mal e do imoral não possuem legitimidade, pois o artista “reveste uma podridão de forma bela”. O segundo é André Gide, que, em oposto, afirma que a única arte legítima é aquela que se coloca ao lado do Mal, “pois nem se faz arte com bons sentimentos, nem existe obra de arte feita sem a colaboração do Demônio” (Suassuna, 2011, p.241). Para analisar este problema, Suassuna indica que é preciso analisá-lo levando em conta o fato de que ele possui duas faces: uma é referida ao momento fundamental da arte, que é a criação da obra; o segundo é a divulgação da obra, a sua entrega ao contemplador, ao público.

Não estabelecer esta divisão causou confusão a diversos autores no momento de explicar a moral na obra de arte, como Maritain (SUASSUNA, 2011), que afirmou que o artista não pode criar o escândalo, apenas por escandalizar, mas

---

<sup>23</sup> Combinações de músicas com a intenção de criar uma nova composição baseada unicamente no conteúdo de outras composições.

<sup>24</sup> Trechos de músicas gravadas utilizados como elementos integrantes de outras músicas.

também não pode reprimir seu lado negro apenas por temor de causar o escândalo. Em seguida este mesmo autor diz que o artista deve aprender a se calar e não utilizar certos temas que venham a ser prejudiciais a si mesmo e a outrem. Dessa forma, ora Maritain faz afirmações a favor da liberdade criadora e ora a favor de uma rigidez moral em que o artista deve se calar perante ela.

No instante criador o artista é livre. É a forma de exprimir a concepção de mundo dele, independentemente de qual seja e de como será realizada esta expressão. Suassuna chega a afirmar que o artista tem o dever de expressar a obra tal como ela é.

“A mentira não pode servir a nada, e uma arte que, por respeitabilidade, deixasse de exprimir certos aspectos do universo interior do artista, terminaria por não servir à Moral, porque é hipócrita e mentirosa”. (SUASSUNA, 2011, p.246)

São Tomás de Aquino explica bem a relação entre o moral e o imoral, o legal e o ilegal no valor de uma obra, separando muito bem os dois momentos salientados por Suassuna:

“Quanto às artes daquelas obras que os homens podem usar bem ou mal, são lícitas; entretanto, se existem obras que se empregam, na maioria dos casos, para um mau uso, ainda que lícitas em si mesmas, devem ser extirpadas da cidade por ofício do Príncipe”. (SUASSUNA, 2011, p.247)

Isso significa que São Tomás considera as obras por si só e o conteúdo delas legítimos como arte, até mesmo aquelas que são mal usadas pelo homem. O papel do Príncipe, em tempos atuais seria exercido pelos educadores e legisladores, que determinará se estas obras estão de acordo com a lei e quais os públicos que podem ter acesso a ela, sem prejuízo moral e material.

Analisando o caso dos remixes, percebemos que há a intenção criadora característica das obras de arte, salientada por Ostrower (1990). As músicas são combinadas buscando atingir um produto final pré-concebido pelo autor em um novo nível de consciência, são novas ordenações e formas que passarão uma mensagem diferente ao público. Como já foi falado anteriormente, a criação é uma associação de elementos pré-existent ordenados de forma diferente. O que o remix faz, é utilizar estas associações ao nível extremo, reproduzindo trechos de outras obras. Se estas músicas que foram arranjadas em conjunto tiveram seu uso autorizado ou não, isso

não importa para caracterizá-la como uma peça artística, cabe a Lei definir como esta nova obra poderá ser divulgada e distribuída, respeitando as normas morais e de propriedade da sociedade em que ela está contextualizada.

Pirataria, download e programas ilegais não diminuem o valor artístico das obras também. Apesar de não estarem de acordo com as Leis vigentes e muitas vezes não envolverem a remuneração dos criadores primários, estas práticas democratizam o acesso e a produção cultural. Lembrando sempre que não está sendo feita uma crítica quanto à qualidade artística, mas, sim, quanto à legitimidade desta arte. É possível observar que em todos os momentos de análise da situação foi necessária a apresentação de dados a respeito da estética, da tecnologia e do contexto em que a música está inserida.

### **3.9 Música: bem informacional**

Isso significa que a música não é um bem material. Ela não está vinculada ao suporte que a carrega. A música possui as características de todos os bens imateriais: ausência de escassez e de desgaste no decorrer de seu uso (PERPÉTUO; SILVEIRA, 2009). A música como informação não é um bem rival, pode ser copiada ilimitadamente sem prejudicar o uso da obra original e pode ser escutada sem prejudicar ou impossibilitar outra pessoa a escutar. Antes da criação das formas de gravação, as canções eram decoradas e cantadas livremente a qualquer momento, porém, o uso material implica em desgaste e inutilidade do formato.

Inspirada nas tradições populares, a música utiliza de elementos comuns a todos. “O músico cria sobre um sistema de ideias, de conhecimentos de linguagem que são uma herança comum, transmitida pela sociedade de modo formal e informal, no cotidiano da convivência” (PERPÉTUO, SILVEIRA, 2009). Ao contrário dos bens materiais, a utilização de bens imateriais gera o aperfeiçoamento, inspira a recriação, permite a reutilização e recombinação, pode ser utilizada para inspirar novas soluções e suprir carências. O suporte da música pode ser desgastado, mas a música que este suporte carrega nunca perderá as suas qualidades artísticas e culturais com o uso.

Portanto, a apropriação da música é difícil. Sua propriedade se dá devido à negação ao acesso (PERPÉTUO; SILVEIRA, 2009), que só pode ser feita através de um suporte material. Privar o acesso a uma obra cultural significa limitar o desenvolvimento natural da cultura. Uma obra é criada em um espaço de tempo, em um contexto cultural e nela está retratada esta realidade. Por isso a música não pode ser vista apenas como um acessório, mas como um objeto de análise da sociedade. As obras são influenciadas por outras que vieram anteriormente e, da mesma forma, influenciarão as que serão criadas no futuro. Se a obra musical criada não fosse divulgada, a sociedade estaria eternamente em um congelamento artístico. A cultura se desenvolve devido à combinação de elementos e colaboração das diversas pessoas que fazem parte de um grupo social.

Sérgio Amadeu da Silveira (PERPÉTUO; SILVEIRA, 2009) faz uma comparação com a defesa de John Locke da propriedade privada. Para Locke, a propriedade privada está baseada na lógica de que todo homem nasce com dois direitos: o da liberdade e da propriedade privada. Para combater a concentração de posses na Inglaterra do século XVIII, Locke dizia que alguém só podia ser dono daquilo que tivesse derivado de seu trabalho, logo, latifúndios improdutivos, por exemplo, eram combatidos por Locke. A propriedade intelectual atua sobre bens que não são escassos. A justificativa da melhor forma de mantê-la e distribuí-la ser através da propriedade privada, é baseada no ato da criação. Seria uma forma de incentivo indispensável ao criador. Com a evolução do capitalismo, a propriedade intelectual muda de posição e, ao invés de ser consequência, passa a ser tratada, no século XX, como a causa da criação, reflexo da indústria cultural. As leis dos países capitalistas, como forma de defesa, sempre diferenciaram as criações artísticas dos bens materiais, há uma compreensão geral de que a arte está baseada no acesso ao conhecimento anteriormente acumulado e sabe-se do risco de dar controle total sobre uma fonte de ideias a poucas pessoas.

Bruno Boulay (Boulay, 2009), diretor do BEMF (Escritório da Música Francesa no Brasil) afirma que “a diversidade cultural é uma fonte importante de criatividade para que o artista possa se manifestar e possa mostrar o seu trabalho para o mundo inteiro”. Ainda completa “um bem cultural é a prioridade do artista e não pode ser propriedade de uma empresa tal como um produto comercial” (Música: cultura em movimento). Para Boulay, a crise das plataformas anteriores de

distribuição musical, como o cd, é representação da diversidade cultural e usa o termo “criatividade multiplicada” para designar a descentralização da posse dos bens culturais das mãos de grandes empresas, para uma quantidade maior de pessoas. Boulay diz que essa crise é saudável, é “uma fonte essencial para o público acessar as obras do artista, que não são mais canalizadas somente por grandes multinacionais ou mesmo por invenções do governo”.

### **3.10 O músico pode sobreviver à pirataria**

No século XX, de acordo com Pádua Pires (Boulay, 2008), houve uma supervalorização do material fonográfico. O fonograma não é a obra de arte em si, mas um suporte técnico que carrega a música. A quebra da indústria do CD foi proveitosa no sentido que reavivou a música como um conceito, uma arte inserida em um período do tempo.

Este pensamento é seguido pela pedagoga e especialista em Responsabilidade social Carmem Ribas que realça a importância da pirataria como instrumento de acesso a diversidade cultural (Boulay, 2008). Pessoas que não tinham condições, puderam ter acesso a discos, filmes, conhecer compositores, cineastas e entender de gêneros. Pádua Pires aponta que a pirataria passa por alguns processos contraditórios: a Sony (por exemplo) é uma das gravadoras mais ativas no combate contra a pirataria, mas ao mesmo tempo, é a maior fabricante de CD's virgens e gravadores, matérias primas para a cópia de material fonográfico.

De fato, a pirataria resolve o problema do acesso à cultura, porém, cria uma série de outros problemas: o artista não é remunerado, há sonegação de impostos e produtos de procedência e qualidade duvidosa. O que deve ser feito, é o desenvolvimento de soluções que continuem garantindo a remuneração para aqueles que trabalham na indústria fonográfica, seja o artista, a gravadora e a distribuidora, ao mesmo tempo em que permite o livre acesso da população às músicas.

Jan Fjeld (Boulay, 2009) explica que um início para a criação de um modelo de negócios lucrativo para as grandes fabricantes e gravadoras seja a padronização das plataformas, protocolos e formatos de arquivos digitais de música. Um tipo de arquivo que aparelhos móveis da Motorola, Nokia, Apple e etc. possam

ler. O problema central enfrentado é que estes fabricantes investiram muito dinheiro desenvolvendo formatos e leitores que não sejam compatíveis a outras marcas, como forma de diferenciar-se das concorrentes. Por outro lado, as formas piratas de download e compra de música estão disponíveis em qualquer formato que o consumidor escolha. Portanto, Fjeld indica que os formatos fora de padrão, além de dificultar a distribuição da música digital, incentiva o consumo de música ilegal.

A Internet não pode ser combatida. Ela deve ser um aliado do músico e dos envolvidos na indústria cultural. Ao invés de ver a generalização do compartilhamento como algo negativo, medidas devem ser tomadas para utilizar isso ao favor do artista e da editora. Glauber Uchôa (Boulay, 2009) lembra que a cultura na Internet não é mais um esquema industrial, assim, pensar em soluções de distribuição e divulgação em paradigmas industriais não adiantará em nada. O artista do começo do século XXI está mais próximo ao público, ao contrário de artistas dos anos 80 e 90 que falavam para uma massa de pessoas que não se tinha sequer conhecimento de quem eram. Hoje é possível dialogar diretamente com este fã e identificá-lo em meio à multidão. Este é o pensamento que deve ser utilizado para a reestruturação do modelo de negócios da indústria musical. O público deve ser colocado em primeiro lugar, pois as relações mais próximas possibilitam um engajamento maior do espectador, que acaba atuando como uma ferramenta de distribuição, indicando e enviando material musical para sua rede de amigos.

Este modelo de distribuição e remuneração interferiu até mesmo nas apresentações performáticas dos músicos. Para conseguirem se manter financeiramente, foi necessário intensificar a quantidade de apresentações ao vivo para público pagante. Surgiram mais festivais e mais casas de shows. Isso foi importante para que artistas independentes pudessem surgir para o mercado musical e para que mais pessoas pudessem ver ao vivo seus músicos favoritos. O palco voltou a ser um local prestigiado para fazer uma música ser conhecida e até mesmo comercializada. Muitos artistas optam por vender os seus CDs em barracas nos locais onde se apresentam, assim como a solução apresentada por “Maluquinho” em Belém do Pará. O público compra como forma de reconhecimento ao trabalho dos músicos, já que estas mesmas músicas costumam estar disponíveis gratuitamente na Internet e grande parte do público tem acesso à rede.

A imagem, o texto, o som passaram a convergir como um produto só. A Internet interativa, a chamada Web 2.0, junto com fenômenos como o YouTube, permitiram a volta do pensamento do movimento Punk dos anos 70, o “faça você mesmo”. Beiguelman (Boulay, 2008) explica que a música passa a realizar-se a partir de interconexões e capacidades coletivas, funcionando através da distribuição e circulação da criatividade em escala mundial. A relação com a tecnologia proporciona novas experiências perceptivas que influenciam no que é produzido musicalmente.

#### **4. PROBLEMAS DA ATUAL LEI DO DIREITO AUTORAL:** o que pode ser feito para solucioná-los

A Lei 9.610/98 (anexo I) surgiu para substituir a antiga lei vigente de número 5.988 de 1973. Esta Lei é composta por oito títulos que irão conceituar, explicar, delimitar a atuação desta Lei e listar as medidas a serem tomadas após sua aplicação. Inicialmente, é explicado como e a quem esta lei se aplica, em seguida são conceituados os termos que serão utilizados no corpo de seu texto para que não haja dupla interpretação do que está sendo citado.

O título seguinte trata das obras intelectuais. Neste título está a explicação do que é uma obra e quais são estas que estão protegidas, as de interesse deste estudo são: os textos de obras artísticas; as obras dramático-musicais; composições musicais (com letra ou não); as adaptações, traduções e outras transformações de obras originais, apresentadas como criação intelectual nova; coletâneas, compilações e antologias que por sua organização, seleção ou disposição do conteúdo constituam criação intelectual. Também informa aqueles objetos que não de proteção desta Lei, os pontos mais importantes para a música são: as ideias como tal (inclusive o seu aproveitamento industrial ou comercial das ideias contidas na obra); os nomes e títulos isolados. Em seguida, ainda no Título II, a autoria das obras intelectuais é abordada, de modo a definir o que é um autor e as formas de participação na criação de uma obra, indicando a quem os direitos são conferidos. O terceiro, e último, capítulo deste título, explica sobre o registro de obra, indicando que ele não é necessário e órgão público para garantir a autoria e proteção desta, desde que possa comprovar de outra forma a sua autoria.

O Título III trata dos direitos do autor e confere a ele os direitos patrimoniais e intelectuais sobre a obra. Estes direitos são definidos e listados. Dos direitos morais, é importante salientar que são inalienáveis e irrenunciáveis. São conservados ao criador, entre outros, o direito de manter a obra inédita, assegurar a sua integridade, retirá-la de circulação e suspender qualquer forma de utilização já autorizada (quando implicar em afronta à sua reputação e imagem). Sobre a proteção patrimonial, é do autor o direito exclusivo sobre a utilização comercial da obra, podendo ou não transmitir a terceiros. No Capítulo IV deste Título, está o artigo

nº46, que lista o que não constitui ofensa aos direitos autorais, além dos artigos nº47 e 48 que também tratam de outras possibilidades de utilização livre de obras artísticas de terceiros.

Tem grande importância para este estudo, o Título IV, que trata da utilização das obras intelectuais e fonogramas. Inicia falando da relação da obra com o editor, suas obrigações e direitos. É ressaltada a importância do contrato com o autor para delimitar o seu uso. O Capítulo II deste Título trata da comunicação com o público. No artigo nº 68, é proibida a utilização pública de obra sem autorização expressa do autor e indica a atuação do ECAD para arrecadação dos valores econômicos que devem ser repassados ao artista. As formas de utilização dos fonogramas e de execuções da música, listadas neste capítulo, servem para indicar o que deve ser feito para que a obra seja utilizada de modo legal por terceiros.

O Título V é importante por abordar os direitos conexos à obra. As partes tratadas neste Título são: os artistas intérpretes ou executantes, os produtores fonográficos e as empresas de radiodifusão. Os novos modelos de negócios criados na Internet não são abordados nesta Lei, por serem posteriores a ela. As sanções às violações dos direitos autorais são enumeradas no Título seguinte da Lei. Alguns acadêmicos e advogados, como o Professor Doutor em Direito Civil Alan Rocha de Souza, que afirmou em palestra no seminário Comunicação Digital , Conteúdos e Direitos do Autor.

Esta Lei foi criada há 13 anos e, durante este tempo, a comunicação sofreu mudanças significativas, as formas de entretenimento mudaram e a forma dos seres humanos se relacionarem mudou. Foi a partir de 1998 que as mudanças de uma sociedade analógica para uma sociedade digital começaram a ficar claras para a maior parte da população. Fazendo uma breve comparação entre contextos históricos, podemos observar as alterações que a sociedade sofreu ao longo destes anos. A discussão a respeito da criação dos Direitos Autorais de 1998, aconteceu durante um período conturbado em que havíamos saído da Guerra do Golfo, havia pouco tempo que fora criada a União Europeia, o ex-presidente Collor havia sofrido impeachment e o Plano Real estava em fase de implementação aqui no Brasil. O entretenimento era diferente, a principal diversão industrializada das crianças era o brinquedo Lego, as redes de televisão dominavam como principal canal de comunicação, a forma tradicional de se escutar música portátil era o Walkman, a

internet ainda estava em fase de popularização, o sistema operacional mais utilizado no era o Windows 95 e o principal browser/navegador era o Netscape. Em comparação: atualmente a União Europeia está sofrendo uma crise econômica generalizada, o Brasil tem a sua primeira presidente do sexo feminino e o real já está estabelecido. A diversão das crianças são os videogames, que são atualizados a cada ano; a música portátil é escutada em tocadores de mp3 com músicas no formato digital; já estamos usando o sistema operacional Windows 8, além do surgimento do Linux como um sistema operacional alternativo de código aberto. Os navegadores seguiram o mesmo caminho, o Netscape não existe mais, em seu lugar surgiram muitos outros (destaque para o Mozilla Firefox, gratuito). O download de um arquivo de 1 Gibabyte em 1995 demorava dois dias, 19 horas e um minuto para finalizar, atualmente este tempo foi reduzido para 13 minutos. Estas diferenças foram apontadas pelo professor da FGV Pedro Paranaguá<sup>25</sup>.

São claras as diferenças contextuais em que a atual lei foi discutida. O mundo em 98 era analógico, isso acarretava em grande quantidade de bens escassos e rivais, o que exigia um controle maior para estabelecer a ordem. No século XXI, neste início de segunda década, o mundo está vivendo a era digital, os bens não são mais escassos, pois são dados de computador e, portanto, não são rivais, pois o seu uso e cópia não interferem na utilização de outrem. A sociedade passou a basear-se no compartilhamento da informação. É natural que alterações sejam feitas para que a Lei se adeque aos padrões e necessidades que a sociedade brasileira está vivendo.

Com o acesso à Internet popularizado, as trocas de arquivos tornaram-se volumosas ao ponto de não ser possível controlá-las. Cada vez um maior número de pessoas compartilhava música sem autorização e as medidas judiciais tomadas pelas gravadoras e artistas não surtiam efeito à população, que continuava a praticar o ato ilícito. De acordo com o doutor de Direito Civil e professor Alan Rocha, para uma lei ser considerada “boa”, é necessário que a população adira voluntariamente a ela, pois nenhum estado democrático pode impor uma lei em que os cidadãos não se sintam refletidos. Ou a lei é adaptada, ou ela não resistirá à Internet. De acordo

---

<sup>25</sup> Durante palestra para o Seminário Comunicação Digital, Conteúdos e Direitos do Autor no Senado Federal em outubro de 2011.

com o compositor Dudu Falcão, as plataformas têm maior poder de influência sobre o comportamento da sociedade do que as leis.

Esta discussão leva a outro ponto. A população tem o direito de acesso à cultura, ao mesmo tempo, o artista também tem o direito de ser remunerado pela criação de sua obra quando utilizada. Porém, não é possível fazer a arrecadação de direitos, já que não há uma forma de controle de como a música é distribuída e, ao mesmo tempo, não se pode penalizar o consumidor final que está apenas usufruindo de um produto disponível livremente na Internet. Nos Estados Unidos, a Suprema Corte decidiu que baixar músicas na Internet não significa em infração à lei dos direitos autorais do país. A transferência da música, por si só, não constitui uma execução pública de uma obra musical gravada, é o uso posterior desta música que pode vir a infringir a lei norte-americana<sup>26</sup>.

Para buscar solucionar estes problemas entre outros identificados na Lei 9.610/98, está em processo de elaboração e encaminhamento para a Casa Civil um Anteprojeto de Lei que visa atualização da Lei dos Direitos Autorais. Para a preparação deste projeto, foi feita consulta pública, debates entre acadêmicos, artistas, editores, donos de gravadoras, representantes da classe popular, juristas e parlamentares, buscando escutar as necessidades de todos e, assim, tentar chegar a um equilíbrio justo de acordo com os interesses das partes envolvidas.

Pode ser observada a desatualização da Lei brasileira ao comparar com dados da Organização Mundial do Comércio (OMC), que é a responsável pela regulamentação das relações entre os países a respeito dos direitos autorais por meio do Acordo sobre Aspectos dos Direitos Autorais de Propriedade Intelectual (em inglês, Trips), de 1995. Neste acordo são listadas algumas regras mínimas que a OMC aceita acerca dos direitos autorais. O que é exigido como mínimo em relação ao que é adotado pelo Brasil, indica diversos pontos que a Lei nacional vai além do parâmetro sem uma necessidade clara e justificável (PARANAGUÁ, 2011)

A OMC diz que o autor terá sua obra protegida, pelo menos, durante toda a sua vida e por mais 50 anos após a sua morte; no Brasil, o autor tem a obra protegida por toda a vida e por mais 70 anos após a morte (art. 96). A OMC permite

---

<sup>26</sup> Disponível em

<<http://zerohora.clicrbs.com.br/zerohora/jsp/default.jsp?uf=1&local=1&section=Segundo+Caderno&newsID=a3511963.xml>>, acesso em 06/10/2011.

que sejam feitas cópias de materiais para fins de arquivamento e preservação, sem necessidade de consulta ao autor, no Brasil esta prática é proibida. A cópia integral de um material é proibida no Brasil, o que impede a troca de suporte da obra, já que para isso é preciso copiá-la integralmente – os tocadores de mp3, por exemplo, estão repletos de músicas em desacordo com a norma no Brasil – por sua vez, a OMC permite a conversão do formato analógico para o digital. Este ponto está em discordância do Código Civil no seu artigo 184, parágrafo 4 em que diz que a violação dos direitos de autor “...não se aplica quando for... um só exemplar, para uso privado do copista, sem intuito de lucro direto ou indireto”. Até mesmo a cópia de um livro que está com edição esgotada não pode ser feita, também em desacordo com as possibilidades da OMC – na Alemanha, os livros podem ser copiados após dois anos fora de catálogo, prática que obteve sucesso e respeito pela população. Até mesmo a cópia para fins educacionais é proibida, novamente ao contrário do que permite a OMC (Paranaguá, 2011). Analisando estes dados, percebe-se que a lei brasileira é uma lei proibitiva, que está em muitos desacordos com as indicações da OMC.

Nestas situações apresentadas acima, tanto sociedade, como autores são prejudicados. A sociedade não tem acesso ao material cultural criado pelos artistas, que, por sua vez, não tem o material divulgado, mesmo em situações em que ele não tem interesse em receber qualquer tipo de remuneração. Algumas mudanças são interessantes igualmente para artistas e população. São interesses similares que podem ser atendidos com mudanças na Lei. O objetivo da mudança da Lei é conseguir encontrar um equilíbrio em que tanto sociedade, como artistas e demais pessoas envolvidas no processo de produção cultural sejam beneficiados. Que ninguém seja explorado sem ser devidamente remunerado e gratificado.

O professor Pedro Paranaguá (2011) dá o exemplo das pianolas<sup>27</sup> nos Estados Unidos, que proporcionou a criação de uma forma alternativa de se continuar faturando, apesar do surgimento de novas tecnologias. Em 1898, surgiram os pianos mecânicos, que não necessitavam da presença de um músico para tocá-lo. Os editores de partituras procuraram o Congresso dos EUA buscando a proibição deste aparelho e a criação de uma lei para que qualquer sistema novo de

---

<sup>27</sup> Pianos com um mecanismo que permitia que a música fosse tocada no instrumento sem a necessidade de um músico, apenas com a leitura da partitura adaptada ao seu funcionamento.

reprodução musical estivesse sujeito a veto. O Congresso negou o pedido, porém, criou uma tributação sobre os rolos da pianola que seriam repassados à associação de editores. Isso, como consequência, permitiu o surgimento de mais compositores, por serem remunerados pela sua criação, logo, mais músicas eram criadas, maior público tinha acesso à música e mais dinheiro era gerado.

Isso não está restrito ao século XIX e início do século XX, Pedro Paranaguá apresenta também uma pesquisa da Universidade de Hertfordshire que diz que 80% dos usuários que compartilham música ilegalmente na Internet pela plataforma P2P, estão dispostos a pagar por um serviço de qualidade e legalizado, desde que tenha um preço acessível e possam fazer a gravação em outros formatos de mídia. Proibir uma tecnologia não auxilia a produção cultural, pelo contrário, ela limita o acesso e produção de novos materiais. Além disso, toda a indústria perde uma potencial tecnologia que pode render lucros e benefícios a todos os setores.

Durante o Seminário de Comunicação Digital, Conteúdos e Direitos do Autor, falou Felipe Llerena, do site iMusica, um serviço de compartilhamento e compra de músicas on-line, pago e que existe no Brasil desde 2000 funcionando conforme a legislação brasileira exige. A empresa foi pioneira na área de distribuição musical no meio online no país e também uma das primeiras do mundo. De acordo com Llerena, o mercado brasileiro tem grande poder aquisitivo, tecnológico e está disposto a pagar pelo produto oferecido, isso permite que a empresa consiga emplacar modelos de negócios de sucesso na cadeia produtiva da música. O sucesso do iMusica está vinculado à capacidade de oferecer diversos estilos musicais para públicos variados que funciona de acordo com a Cauda Longa de Chris Anderson. Através de uma ferramenta de fácil navegação que facilita a busca por novos artistas e contabilização do conteúdo baixado, os criadores são devidamente remunerados, pois o controle do que é baixado e escutado pode ser feito com facilidade.

O YouTube, devido ao grande número de material recebido, não consegue ter um controle exato do material que é colocado no site. Assim, muitas vezes são colocadas músicas e obras protegidas por direitos autorais. Foi (e ainda é) processado inúmeras vezes por artistas e associações que não queriam que o seu material fosse divulgado sem remuneração. A solução encontrada pela empresa

foi o *Content ID*<sup>28</sup>, que identifica digitalmente obras protegidas por direitos autorais a partir de um banco de dados de músicas e vídeos que o artista cadastra junto ao Google. O *Content ID* criou um modelo de negócios para o artista, que pode lucrar em conjunto com o YouTube. No momento em que um artista cadastra o seu material, ele pode optar por três medidas que o site irá tomar ao identificar a sua obra: retirar a obra postada irregularmente do site, receber dados estatísticos referentes ao público que acessou a obra (número de pessoas, sexo, localidade, quanto tempo ficou assistindo,...) ou a opção preferida pela maioria dos artistas e que está obtendo sucesso em países da Europa e nos EUA, que remunera o criador de acordo com os anúncios visualizados inseridos no vídeo.

Para o Secretário Adjunto de Cultura do Rio Grande do Sul, Jefferson Assunção, as plataformas colaborativas são muito eficientes para diversas áreas, até o ponto em que se entra no campo estético e financeiro. Pois envolve interesses de partes diferentes, que buscam usufruir das plataformas de forma a obter o melhor resultado independentemente de outras partes envolvidas. No *Seminário Comunicação Digital, Conteúdos e Direitos do Autor*, Assunção dividiu a cultura em três direitos – cidadão, econômico e estético – e apresentou soluções que devem ser tomadas pensando em cada parte envolvida de acordo com estes direitos.

Para o direito cidadão, Assunção indica que os acervos devem ser digitalizados, para garantir a sua preservação em uma plataforma que não sofre desgaste com o decorrer do tempo; além de garantir que as obras tenham durabilidade, deve ser criada uma espécie de biblioteca destas obras com vídeos, músicas, fotografias, obras plásticas e permitir o acesso livre da população, isso permitirá o surgimento de mais artistas, uma população mais instruída e crítica.

No âmbito econômico deve ser garantida a remuneração do artista para que ele possa sobreviver de sua arte e sentir-se incentivado para continuar criando, porém estas soluções devem estar condizentes com a dinâmica colaborativa da internet. Parafraseando Walter Benjamin, o Secretário diz que atualmente “vivemos na era da obra de arte e sua *infinita* reprodutibilidade técnica”. Isso significa que se deve saber da impossibilidade de controlar e contabilizar a quantidade de vezes que esta reprodução foi feita. Assim, ir pelo caminho contrário e tentar impedir esta

---

<sup>28</sup> Identificação de Conteúdo, em tradução livre.

infinita reprodução é uma “guerra perdida”. Assunção aponta três formas de o artista ser remunerado, uma delas é a tradicional, o copyright: recebendo dinheiro quando sua música é executada, pelo ECAD. A segunda forma é por meio da subvenção pública: o governo subsidiando apresentações, gravações de discos e viagens para concertos. A terceira forma vem em decorrência do efeito de ser conhecido: com a internet é muito mais fácil e barato fazer a divulgação e distribuição do trabalho artístico, que acaba atingindo locais variados e cada vez mais distantes, tornando os artistas e suas músicas conhecidos a um número maior de pessoas. Em decorrência a isso, uma série de benefícios é conquistada: maior número de apresentações, venda de CDs independentes, convites para tocar em locais *mainstream*, mobilização de público para financiamentos coletivos, entre outros benefícios derivados da fama. Em Canoas, na região metropolitana de Porto Alegre, um grupo de cerca de 120 conjuntos musicais independentes – sem ligação a gravadoras – se organizou para buscar benefícios para a classe, organizando eventos, divulgando o trabalho do outro, desenvolvendo canais de distribuição e estúdios de gravação. Estes artistas não pretendem fazer contratos com grandes gravadoras, a intenção é permanecer sempre na independência, buscando formas lucrativas de se sustentarem através da divulgação em conjunto das músicas dos envolvidos.

No âmbito da estética digital, ela é influenciada através das diversas formas de criação colaborativa, em que um trabalho é modificado por meio da mixagem, ou novas criações baseadas em trechos de obras. Além disso, o livre acesso permite que mais pessoas tenham a possibilidade de apreciar novas obras e serem inspiradas por elas, utilizando como referência a obra de artistas contemporâneos, sem ter que esperar o tempo para entrar em domínio público.

Além de legislações, para a Dra. Lia Braga Vieira (BOULAY, 2009), o Brasil precisa de políticas públicas que estimulem a ética, a identidade, o empreendedorismo, a diversidade nas criações e percepções musicais. É necessária a educação destes artistas e produtores de forma a incentivar a criação de novos modelos de negócios que tragam benefícios a todos os envolvidos. O músico precisa conhecer o seu negócio, o seu mercado, qual o seu papel, o papel do consumidor e o papel do Estado, saber como elaborar projetos, negociar com patrocinadores e conhecer as leis para conseguir iniciar-se em um trabalho artístico lucrativo.

Beatriz Salles, chefe do Departamento de Música da UnB em 2007 (BOULAY, 2009), falou, no mesmo ano, no Festival Universitário de Música de Brasília que a UnB e outras tantas universidades, oferecem cursos de formação em instrumentos e de professores que desejam lecionar música, o que não prepara o músico para o mercado e não o insere na cadeia produtiva a enfrentar ao sair da universidade.

Heitor Villa Lobos, consagrado músico brasileiro, ressaltava há décadas a importância do ensino da música nas escolas. A escola teria papel fundamental para a formação musical da sociedade, formando tanto artistas como público críticos, que, além de pensarem na música, sabem pensar sobre música. A Lei 2.732/2008, que institui a obrigatoriedade do ensino de música na educação básica, foi assinada em 2008 pelo então Presidente Lula, ela estipulava um prazo de três anos para as escolas se adaptarem, que termina este ano.

No dia 21 de novembro de 2011, Fábio Pedroza, baixista da banda Móveis Coloniais de Acaju<sup>29</sup>, foi entrevistado a respeito do tema desta pesquisa. O baterista Gabriel Coaracy também participou da conversa. Quando perguntado se a Internet causou alguma mudança na música, Fábio cita três principais pontos. O primeiro é que a Internet mudou a forma de se escutar e divulgar músicas no Brasil. O modelo de *singles*, que fez muito sucesso nos Estados Unidos e Europa, não emplacou no Brasil. Aqui era preciso comprar todo o LP ou o CD, ao invés de compactos ou EPs<sup>30</sup>. Na Internet a música vem fragmentada, a maioria das pessoas costuma fazer o download de músicas individuais ao invés de todo o álbum. Um fator de contribuição a isso pode ser a velocidade da conexão a Internet brasileira, que é muito lenta. Isso dificulta baixar arquivos muito grandes como um álbum completo. Portanto, no Brasil, este modelo só veio a fazer sucesso a partir da popularização do mp3.

O segundo ponto levantado por Fábio Pedroza é que cerca de 45% da música na Internet é escutada por canais de vídeo como o Youtube. As músicas, além de escutadas, são assistidas. Coaracy diz que as pessoas preferem ver um

---

<sup>29</sup> A banda Móveis Coloniais de Acaju, é uma das principais bandas independentes da atualidade, não apenas em Brasília, mas no Brasil todo. Têm a postura de ter uma relação próxima com o público e de incentivar a interatividade, seja nos meios online, como nos próprios shows da banda.

<sup>30</sup> Extended Play é um álbum com poucas músicas (de 4 a 8), que tem como objetivo apresentar o trabalho de um músico, funciona como os compactos do tempo dos vinis.

vídeo estático (mesmo que seja apenas a capa do álbum), a utilizar sites de audição como o soundcloud.com e o grooveshark.com<sup>31</sup>. Ele completa dizendo que o Youtube funcionaria como o *mainstream* da Internet. É o site mais acessado pelo grande público e muitas vezes para que a música chegue a este público é necessário ter material disponível neste canal. Isso faz surgir uma maior quantidade de vídeos, as bandas estão preocupadas em criar vídeos de melhor qualidade e com potencial viral. Talvez esteja ocorrendo um efeito semelhante ao da MTV nos anos 80, porém em uma escala muito maior e democrática. O profissional e o amador permanecem no mesmo patamar.

O terceiro ponto levantado por Pedroza foi a troca de arquivos. Explica que no início da banda, em 1998, era muito difícil ter acesso às músicas que funcionavam como referências para a estética musical da banda, isso por se tratar de estilos musicais incomuns na cidade. Era necessário “garimpar” em sebos, sites de difícil navegação, fóruns do Yahoo e Altavista, em bibliotecas de áudio desorganizadas e fitas cassetes gravadas por amigos. A evolução da internet facilitou o acesso a produtos que não faziam parte do grupo de conteúdo de maior interesse do público. Isso pode ser explicado pela teoria da cauda longa de Chris Anderson, é custoso armazenar em meio físico, disco que são pouco procurados pelo público, a baixa velocidade de vazão faria estes produtos ocuparem local de outros discos que venderiam mais. A Internet facilitou a troca de arquivo entre pessoas que já possuíam este material e estavam dispostas a compartilhá-lo, principalmente a partir da popularização do P2P.

Pedroza prossegue discordando de algumas previsões que ele já ouviu de que, no futuro, a forma de ouvir música seria por meio do *streaming*<sup>32</sup>. Ele diz que esta seria uma forma muito limitada de se ouvir música, impediria a utilização a qualquer momento. Em inferência minha, o ouvinte ficaria limitado ao que é oferecido naquele momento e o tratamento e a possibilidade de retrabalhar as músicas não seria mais viável. Talvez voltássemos a uma era de broadcasting, mesmo que suavemente, com menor poder de geração de conteúdo do público. Coaracy discorda do companheiro de banda e acha que, realmente, com uma

---

<sup>31</sup> Disponível em <<http://www.grooveshark.com>>, acessado em: 22/11/2011.

<sup>32</sup> Streaming é a distribuição de conteúdo multimídia sem a necessidade de arquivamento em disco rígido próprio.

internet de download quase que instantâneo este modelo será facilmente executável e popularizado, já que as músicas não ocuparão espaço no computador dos ouvintes. O *streaming* já está popularizado atualmente para a visualização de vídeos com o Youtube e para filmes de longa metragem com o Netflix<sup>33</sup>. Mas para isso o acesso a Internet deve evoluir muito no país. Gabriel ressalta novamente o problema da conexão a Internet no Brasil e a dificuldade de implementação de um plano de banda larga. As empresas de telefonia “não estão nem aí” para a qualidade do sinal da Internet. Cita o fato de que as empresas provedoras precisam oferecer apenas 10% de potência da internet que anunciam para estarem de acordo com a lei.

“Eu baixo músicas na internet, eu incentivo a baixarem, a copiarem e a divulgarem”. Pedroza fala isso se referindo também a sua banda. Explica que, para ele, quanto mais pessoas copiarem o seu material, melhor, pois mais pessoas terão acesso à sua música e oportunidades surgirão a partir disso. É semelhante ao “poder de ser conhecido” citado por Jefferson Assunção. Ele continua dizendo que o consumidor tem o poder de escolher, tem o direito de ter acesso à cultura, pois ela é um bem humano, a proteção patrimonial estaria em patamar inferior à proliferação da cultura. Isso não vale para a apropriação comercial da obra, esta, sim estaria sujeita a cobranças e penalidades. É este lado comercial, e não a apropriação cultural, que Fábio Pedroza define o que é pirataria ou não.

Para o músico conseguir viver de música atualmente, ele precisa entender que a música, em si, não é mais a fonte de sustento do artista. Pedroza explica que ela seria mais bem definida como a porta de entrada para que o músico fique conhecido e, a partir daí, venha a conseguir lucro com a arte. Gabriel Coaracy explica que a música seria uma forma de “degustação” do seu produto, para que o público se interesse pelos demais serviços e produtos que a banda pode oferecer. É uma forma de utilização do grátis como divulgação do material da banda. Chris Anderson (2009), cita o exemplo do Radiohead, que permitiu que os fãs fizessem o download das músicas do álbum *In Rainbows* pagando quanto eles quisessem, resultando em sucesso e num preço médio semelhante ao que seria pago em lojas tradicionais de música. O álbum vendeu 3 milhões de cópias no mundo todo. O CD

---

<sup>33</sup> Site que permite que o usuário assista filmes completos pelo próprio site, sem a necessidade de download do arquivo. Disponível em <<https://signup.netflix.com/>>, acessado em: 22/11/2011.

físico, lançado dois meses depois desta ação, continuou vendendo muito e entrou como primeiro lugar para as paradas de sucesso dos Estado Unidos e Reino Unido. Tanto Coaracy quanto Pedroza falam que atualmente é possível, sim, o artista viver de música (assim como eles o fazem), mas deve-se entender a música no sentido mais amplo da palavra. É preciso diversificar o que o músico pode oferecer: shows, venda de produtos, projetos culturais... É preciso desenvolver formas alternativas e modelos de negócios criativos para que o artista consiga obter lucro com a sua função.

Perguntados quanto à influência dos direitos autorais na estética. Pedroza diz que o direito autoral vem a influenciar esteticamente uma obra quando ela é feita unicamente para ser vendida. Já que ele cria pensando no lucro a ser recebido e, não, na intenção artística. A obra é reduzida a mais um produto da indústria cultural com baixo valor estético, como já foi falado anteriormente por Gabriel Cohn (2008). Isso acontece muito com artistas que compõem para que outros artistas comprem suas músicas para tocar. Prática que é muito comum atualmente em bandas de pagode e sertanejo. Já que as escolhas do artista não são definidas pelo que ele deseja, mas de acordo com o que tem potencial de venda. Para Pedroza, em bandas legitimamente autorais, os direitos autorais não influenciariam “de forma alguma” a estética. Não se pode deixar de lado o fato de que a dinâmica social em que vivemos implica sempre alguma forma de intenção lucrativa, seja ela a venda comercial ou o reconhecimento do público (poder de ser conhecido). Portanto, é muito difícil uma obra estar livre de influências externas relacionadas ao comercial. Algumas possuem influência maior, outras de forma mais suave e imperceptível.

Para finalizar a conversa, Pedroza e Coaracy afirmam que a reforma da Lei de Direitos Autorais é necessária e urgente, mas está sendo conduzida de forma muito tímida e com pouco esforço para envolvimento dos demais setores da indústria musical, que acontece de forma sutil. É uma tarefa difícil e louvável, que deve ser feita com os devidos cuidados para não cometer erros que a antiga Lei trazia e tender a defender os interesses de um determinado segmento. Ambos demonstram insatisfação com a atual gestão do ministério da cultura, que, de acordo com os músicos, fez um retrocesso no sentido da discussão desta Lei e impõe medidas unilaterais.

## 5. CONCLUSÃO

Parti da observação da mudança das formas de se produzir e escutar música no decorrer do tempo, principalmente a partir da popularização da Internet e desenvolvimento de tecnologias mais baratas. Essas mudanças significaram em uma descentralização do poder de comunicação das grandes gravadoras, para o usuário comum de internet que passou a poder produzir conteúdo e difundi-lo para um número grande de pessoas sem a necessidade de ligação a uma gravadora. As formas de compartilhamento de arquivos online aceleraram a troca de músicas entre os usuários, inclusive daquelas protegidas por direitos autorais. A população se apropria da música e transmite como informação, na maioria das vezes sem intenção comercial. Estabeleceu-se uma cultura à margem da Lei, o que abalou a antiga estrutura da indústria musical.

É interessante observar que o comportamento da população sempre tendeu à apropriação e modificação das músicas. No Brasil, inicialmente a música não possuía donos, era uma forma de expressão folclórica; o samba surgiu em meio a rodas que diversos artistas misturavam seus versos em músicas cantadas por todos; nos carnavais, era comum a modificação e a paródia de músicas de sucesso conduzir as festividades com foi citado por Tinhorão (1998). Portanto, a apropriação da música de atualmente, segue um padrão que pode ser observado em outros momentos da história. Percebe-se que esta apropriação não é característica da Internet, ela simplesmente ampliou a atuação da prática e seus efeitos.

Analisando este efeito através da ótica da Indústria Cultural, o que aconteceu, foi que a Internet retornou à população a liberdade criativa desvinculada a grandes conglomerados. A diversidade de públicos consegue suprir a oferta musical de forma satisfatória, pois a facilidade de distribuição possibilita maior alcance da obra. A estrutura preexistente foi abalada e é natural que as partes dominantes desta antiga forma de organização queiram manter-se em situação superior (RIP! A remix manifesto).

A discussão foi levada para batalha judicial, mas apenas casos isolados são resolvidos desta forma, nada que venha a resolver de fato o problema dos direitos autorais: população quer ter o livre acesso à cultura, as gravadoras querem manter os seus lucros com o formato antigo de distribuição, alguns artistas querem o

livre compartilhamento de música, enquanto outros querem seus direitos patrimoniais devidamente preservados. Esta briga judicial acontece porque a Lei 9.610/98 já não mais atende às necessidades da população. O desafio é elaborar uma lei que consiga equilibrar as necessidades de todos os sujeitos envolvidos na produção e no consumo de música.

Está claro que a modificação da forma de se escutar música mudou também a forma de se ganhar dinheiro com música. Formas alternativas vêm sendo desenvolvidas por artistas e empresas buscando obter lucro com a arte. O músico deve ser um empresário para conseguir sobreviver apenas da arte, pois sua remuneração não é mais proveniente apenas das composições, mas através de shows, venda de produtos, projetos, incentivos governamentais... O artista deve saber lidar com diferentes áreas do conhecimento. Para isso é necessário que este músico seja educado como um empreendedor. Ele deve ter conhecimento do funcionamento do mercado, dos interesses do seu público, de distribuição e promoção da sua música. São necessárias políticas públicas que proporcionem oportunidades de aprendizado, faculdades de música que abordem sobre o mercado, ensino de música nas escolas para que a própria população aprenda a escutar a música com uma percepção mais atenta.

Portanto para que o mercado musical permaneça em funcionamento é necessário que os envolvidos se adaptem e desenvolvam novos modelos de negócios que permitam a remuneração do artista de acordo com a Lei e que não sejam restritivas ao acesso da população, permitindo a difusão da cultura de forma livre e democrática. O volume de criação musical aumentou devido a esta democratização da cultura. Quanto mais pessoas têm acesso ao conteúdo musical, maior influência ele exerce sobre a criação artística da sociedade e compõe a percepção de mundo de cada um dos indivíduos impactados por ela.

Há o caso da modificação de uma obra original através do remix, mash up e do sampler, que de acordo com análise a partir do que foi falado por Fayga Ostrower (2010) são caracterizadas como uma obra legítima e intencional. No meio digital é difícil o controle para identificação do que se está sendo utilizado ou não, muitas vezes é impossível identificar as músicas utilizadas para a criação desta nova. O que aparenta ser consenso entre músicos, é de que a paternidade deve sempre ser indicada em uma obra, portanto, para estas obras que se utilizam de

outras para a sua composição, seria justo a indicação destas que foram utilizadas para tal fim. E justo seria também, caso o lucro comercial seja obtido, remunerar de forma adequada para ambas as partes envolvidas os compositores das obras originais. Isso sem prejudicar o autor da obra híbrida de forma impeditiva ao seu trabalho.

O valor de uma obra está ligado à intencionalidade do artista, ao contexto em que a obra foi criada e às percepções coletivas da sociedade (OSTROWER, 2010). Portanto, a defesa do direito autoral deve ser feita de forma que não limite as possibilidades criativas de um artista e o acesso da população à cultura, mas que, ao mesmo tempo, não prejudique a remuneração dos artistas e não beneficie o lucro indevido de intermediários. O que uma reformulação na Lei de Direitos Autorais deve trazer, é um equilíbrio contextualizado entre os interesses de todas as partes envolvidas no processo de produção cultural, o que não pode acontecer é a legislação impedir a evolução tecnológica e cultural.

O processo de construção desta pesquisa foi de grande relevância para a minha formação acadêmica, pude observar que minha evolução foi além do imaginado, posso compará-la ao crescimento que tive durante os outros quatro anos na Universidade. Fazer este projeto me proporcionou um aprendizado e superação quanto ao estudo metodológico da Comunicação. Entendo este trabalho como uma introdução a um estudo muito maior sobre comunicação e música que espero desenvolver nos momentos seguintes, em uma vida acadêmica que não pretendo interrompê-la com o término da graduação.

## 6. BIBLIOGRAFIA

### Livros

ADORNO, Theodor W. **A Indústria Cultural**. In: COHN, Gabriel (Org.). **Comunicação e indústria cultural**. São Paulo: Editora Nacional, 1975.

ANDERSON, Chris. **The Long Tail**: Why the future of business is selling less of more. New York: Hyperion, 2006.

ANDERSON, Chris. **Free**: The future of a radical price. New York: Hyperion, 2009.

BEIGUELMAN, Giselle. **Falso, Pirata e Apropriado**: mercado e novos meios. In: ROSAS, Ricardo; VASCONCELOS, Giseli (Org.). **Coletânea net\_cultura 1.0**: digitofagia. São Paulo: Radical Livros, 2006

BOULAY, Marinilda Bertolete. **Música cultura em movimento**: as interfaces digitais da música. São Paulo: Totem Musicais, 2009.

CASTELLS, Manuel. **A galáxia Internet**: reflexões sobre Internet, negócios e sociedade. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2004.

COHN, Gabriel. **Indústria cultural como conceito multidimensional**. In: BACCEGA, Maria Aparecida (Org.). **Comunicação e culturas do consumo**. São Paulo: Atlas, 2008.

HUGILL, Andrew. **The digital Musician**. New York: Taylor & Francis, 2008.

LE MOS, André. **Cidade de mobilidade**. In: BEIGUELMAN, Giselle; BAMBOZZI, Lucas; MINELLI, Rodrigo (Orgs.). **Apropriações do (in)comum**: espaço público e privado em tempos de mobilidade. São Paulo: Instituto Sérgio Motta, 2009.

MARTIN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às Mediações**: comunicação, cultura e hegemonia. 6ª ed. Rio de Janeiro: UFRJ, 2009.

MARTIN, George. **Fazendo música**: o guia para compor, tocar e gravar. Brasília: Universidade de Brasília, São Paulo: Imprensa Oficial do Estado, 2002.

OSTROWER, Fayga. **Acasos e criação artística**. Rio de Janeiro: Campus, 1990.

OSTROWER, Fayga. **Criatividade e processos de criação**. 25ª ed. Petrópolis: Vozes, 2010.

PARANAGUÁ, Pedro; BRANCO, Sérgio. **Direitos Autorais**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2009.

PERPÉTUO, Franco Irineu; SILVEIRA, Sérgio Amadeu. **O futuro da música depois da morte do CD**. São Paulo: Momento Editorial, 2009.

SILVERSTONE, Roger. **Por que estudar a mídia?** 2ª ed. São Paulo: Edições Loyola, 2005

SUASSUNA, Ariano. **Iniciação à estética**. 11ª ed. Rio de Janeiro: José Olympio, 2011.

TINHORÃO, José Ramos. **Pequena história da música popular: da modinha ao tropicalismo**. 5ª ed. São Paulo: Art Editora, 1986.

TINHORÃO, José Ramos. **A história social da música popular brasileira**. São Paulo: editora 34, 1998.

WIENER, Norbert. **Cibernética e Sociedade: o uso humano de seres humanos**. São Paulo: Cultrix, 1968.

## **Filmes**

BREGA S/A. Direção de Vladimir Cunha e Gustavo Godinho. Brasil: 2009. Documentário (60min). Vídeo disponível em <<http://mtv.uol.com.br/bregasa/videos/veja-o-document%C3%A1rio-brega-sa-na-%C3%ADntegra>>, acesso em> 27/08/2011

GOOD COPY, Bad Copy. Direção de Andreas Johsen. Dinamarca: Rosforh, 2007 (59 min). Vídeo disponível em <<http://www.goodcopybadcopy.net/about>>, acesso em: 28/08/2011

RIP! A Remix Manifesto. Autoria e direção de Brett Gaylor. Vídeo disponível em < <http://www.youtube.com/watch?v=zdwN6rRU0Xk>> , acesso em: 28/08/2011

### **Artigos de revistas, dissertações, textos acadêmicos**

BENJAMIN, Walter. **A obra de arte na era da sua reprodutibilidade técnica**. In: ADORNO et al. *Teoria da Cultura de Massa*. São Paulo: Paz e Terra, 2000.

GUAZINA, Liziane. **O conceito de mídia na comunicação e na Ciência política: desafios interdisciplinares**. Porto Alegre: Revista Debates, 2007. Disponível em: <<http://seer.ufrgs.br/debates/article/viewFile/2469/1287>> acesso em: 25/10/2011.

PARANAGUÁ, **Brazil's copyright reform: lost chance?** UCLA, 2011. 149 slides. Disponível em: <[http://www.slideshare.net/pedro\\_paranagua/brazils-copyright-reform](http://www.slideshare.net/pedro_paranagua/brazils-copyright-reform)>, acesso em 15/11/2011.

PRIMO, A.F.T. **O aspecto relacional das interações na Web 2.0**. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 29. 2006, Brasília. Anais...São Paulo: Intercom, 2006. Disponível em: <<http://galaxy.intercom.org.br:8180/dspace/handle/1904/20222>> Acesso em: 21/11/2011.

SILVA, J.G. **História da gravação sonora**. 2004. Disponível em: <<http://telefoniamn.sapto.pt/record.htm>>, acesso em 20/10/2011.

**ANEXO A**

**Lei 9.610/98 – Lei de Direitos Autorais**

**Lei 9.610/98: Lei de Direitos Autorais**

**O PRESIDENTE DA REPÚBLICA** Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

## Título I

## Disposições Preliminares

Art. 1º Esta Lei regula os direitos autorais, entendendo-se sob esta denominação os direitos de autor e os que lhes são conexos.

Art. 2º Os estrangeiros domiciliados no exterior gozarão da proteção assegurada nos acordos, convenções e tratados em vigor no Brasil.

Parágrafo único. Aplica-se o disposto nesta Lei aos nacionais ou pessoas domiciliadas em país que assegure aos brasileiros ou pessoas domiciliadas no Brasil a reciprocidade na proteção aos direitos autorais ou equivalentes.

Art. 3º Os direitos autorais reputam-se, para os efeitos legais, bens móveis.

Art. 4º Interpretam-se restritivamente os negócios jurídicos sobre os direitos autorais.

Art. 5º Para os efeitos desta Lei, considera-se:

I - publicação - o oferecimento de obra literária, artística ou científica ao conhecimento do público, com o consentimento do autor, ou de qualquer outro titular de direito de autor, por qualquer forma ou processo;

II - transmissão ou emissão - a difusão de sons ou de sons e imagens, por meio de ondas radioelétricas; sinais de satélite; fio, cabo ou outro condutor; meios óticos ou qualquer outro processo eletromagnético;

III - retransmissão - a emissão simultânea da transmissão de uma empresa por outra;

IV - distribuição - a colocação à disposição do público do original ou cópia de obras literárias, artísticas ou científicas, interpretações ou execuções fixadas e

fonogramas, mediante a venda, locação ou qualquer outra forma de transferência de propriedade ou posse;

V - comunicação ao público - ato mediante o qual a obra é colocada ao alcance do público, por qualquer meio ou procedimento e que não consista na distribuição de exemplares;

VI - reprodução - a cópia de um ou vários exemplares de uma obra literária, artística ou científica ou de um fonograma, de qualquer forma tangível, incluindo qualquer armazenamento permanente ou temporário por meios eletrônicos ou qualquer outro meio de fixação que venha a ser desenvolvido;

VII - contrafação - a reprodução não autorizada;

VIII - obra:

a) em co-autoria - quando é criada em comum, por dois ou mais autores;

b) anônima - quando não se indica o nome do autor, por sua vontade ou por ser desconhecido;

c) pseudônima - quando o autor se oculta sob nome suposto;

d) inédita - a que não haja sido objeto de publicação;

e) póstuma - a que se publique após a morte do autor;

f) originária - a criação primígena;

g) derivada - a que, constituindo criação intelectual nova, resulta da transformação de obra originária;

h) coletiva - a criada por iniciativa, organização e responsabilidade de uma pessoa física ou jurídica, que a publica sob seu nome ou marca e que é constituída pela participação de diferentes autores, cujas contribuições se fundem numa criação autônoma;

i) audiovisual - a que resulta da fixação de imagens com ou sem som, que tenha a finalidade de criar, por meio de sua reprodução, a impressão de movimento, independentemente dos processos de sua captação, do suporte usado inicial ou posteriormente para fixá-lo, bem como dos meios utilizados para sua veiculação;

IX - fonograma - toda fixação de sons de uma execução ou interpretação ou de outros sons, ou de uma representação de sons que não seja uma fixação incluída em uma obra audiovisual;

X - editor - a pessoa física ou jurídica à qual se atribui o direito exclusivo de reprodução da obra e o dever de divulgá-la, nos limites previstos no contrato de edição;

XI - produtor - a pessoa física ou jurídica que toma a iniciativa e tem a responsabilidade econômica da primeira fixação do fonograma ou da obra audiovisual, qualquer que seja a natureza do suporte utilizado;

XII - radiodifusão - a transmissão sem fio, inclusive por satélites, de sons ou imagens e sons ou das representações desses, para recepção ao público e a transmissão de sinais codificados, quando os meios de decodificação sejam oferecidos ao público pelo organismo de radiodifusão ou com seu consentimento;

XIII - artistas intérpretes ou executantes - todos os atores, cantores, músicos, bailarinos ou outras pessoas que representem um papel, cantem, recitem, declamem, interpretem ou executem em qualquer forma obras literárias ou artísticas ou expressões do folclore.

Art. 6º Não serão de domínio da União, dos Estados, do Distrito Federal ou dos Municípios as obras por eles simplesmente subvencionadas.

## Título II

### Das Obras Intelectuais

#### Capítulo I

#### Das Obras Protegidas

Art. 7º São obras intelectuais protegidas as criações do espírito, expressas por qualquer meio ou fixadas em qualquer suporte, tangível ou intangível, conhecido ou que se invente no futuro, tais como:

I - os textos de obras literárias, artísticas ou científicas;

II - as conferências, alocuções, sermões e outras obras da mesma natureza;

III - as obras dramáticas e dramático-musicais;

IV - as obras coreográficas e pantomímicas, cuja execução cênica se fixe por escrito ou por outra qualquer forma;

V - as composições musicais, tenham ou não letra;

VI - as obras audiovisuais, sonorizadas ou não, inclusive as cinematográficas;

VII - as obras fotográficas e as produzidas por qualquer processo análogo ao da fotografia;

VIII - as obras de desenho, pintura, gravura, escultura, litografia e arte cinética;

IX - as ilustrações, cartas geográficas e outras obras da mesma natureza;

X - os projetos, esboços e obras plásticas concernentes à geografia, engenharia, topografia, arquitetura, paisagismo, cenografia e ciência;

XI - as adaptações, traduções e outras transformações de obras originais, apresentadas como criação intelectual nova;

XII - os programas de computador;

XIII - as coletâneas ou compilações, antologias, enciclopédias, dicionários, bases de dados e outras obras, que, por sua seleção, organização ou disposição de seu conteúdo, constituam uma criação intelectual.

§ 1º Os programas de computador são objeto de legislação específica, observadas as disposições desta Lei que lhes sejam aplicáveis.

§ 2º A proteção concedida no inciso XIII não abarca os dados ou materiais em si mesmos e se entende sem prejuízo de quaisquer direitos autorais que subsistam a respeito dos dados ou materiais contidos nas obras.

§ 3º No domínio das ciências, a proteção recairá sobre a forma literária ou artística, não abrangendo o seu conteúdo científico ou técnico, sem prejuízo dos direitos que protegem os demais campos da propriedade imaterial.

Art. 8º Não são objeto de proteção como direitos autorais de que trata esta Lei:

I - as idéias, procedimentos normativos, sistemas, métodos, projetos ou conceitos matemáticos como tais;

II - os esquemas, planos ou regras para realizar atos mentais, jogos ou negócios;

III - os formulários em branco para serem preenchidos por qualquer tipo de informação, científica ou não, e suas instruções;

IV - os textos de tratados ou convenções, leis, decretos, regulamentos, decisões judiciais e demais atos oficiais;

V - as informações de uso comum tais como calendários, agendas, cadastros ou legendas;

VI - os nomes e títulos isolados;

VII - o aproveitamento industrial ou comercial das idéias contidas nas obras.

Art. 9º À cópia de obra de arte plástica feita pelo próprio autor é assegurada a mesma proteção de que goza o original.

Art. 10. A proteção à obra intelectual abrange o seu título, se original e inconfundível com o de obra do mesmo gênero, divulgada anteriormente por outro autor.

Parágrafo único. O título de publicações periódicas, inclusive jornais, é protegido até um ano após a saída do seu último número, salvo se forem anuais, caso em que esse prazo se elevará a dois anos.

## Capítulo II

### Da Autoria das Obras Intelectuais

Art. 11. Autor é a pessoa física criadora de obra literária, artística ou científica.

Parágrafo único. A proteção concedida ao autor poderá aplicar-se às pessoas jurídicas nos casos previstos nesta Lei.

Art. 12. Para se identificar como autor, poderá o criador da obra literária, artística ou científica usar de seu nome civil, completo ou abreviado até por suas iniciais, de pseudônimo ou qualquer outro sinal convencional.

Art. 13. Considera-se autor da obra intelectual, não havendo prova em contrário, aquele que, por uma das modalidades de identificação referidas no artigo anterior, tiver, em conformidade com o uso, indicada ou anunciada essa qualidade na sua utilização.

Art. 14. É titular de direitos de autor quem adapta, traduz, arranja ou orchestra obra caída no domínio público, não podendo opor-se a outra adaptação, arranjo, orquestração ou tradução, salvo se for cópia da sua.

Art. 15. A co-autoria da obra é atribuída àqueles em cujo nome, pseudônimo ou sinal convencional for utilizada.

§ 1º Não se considera co-autor quem simplesmente auxiliou o autor na produção da obra literária, artística ou científica, revendo-a, atualizando-a, bem como fiscalizando ou dirigindo sua edição ou apresentação por qualquer meio.

§ 2º Ao co-autor, cuja contribuição possa ser utilizada separadamente, são asseguradas todas as faculdades inerentes à sua criação como obra individual, vedada, porém, a utilização que possa acarretar prejuízo à exploração da obra comum.

Art. 16. São co-autores da obra audiovisual o autor do assunto ou argumento literário, musical ou lítero-musical e o diretor.

Parágrafo único. Consideram-se co-autores de desenhos animados os que criam os desenhos utilizados na obra audiovisual.

Art. 17. É assegurada a proteção às participações individuais em obras coletivas.

§ 1º Qualquer dos participantes, no exercício de seus direitos morais, poderá proibir que se indique ou anuncie seu nome na obra coletiva, sem prejuízo do direito de haver a remuneração contratada.

§ 2º Cabe ao organizador a titularidade dos direitos patrimoniais sobre o conjunto da obra coletiva.

§ 3º O contrato com o organizador especificará a contribuição do participante, o prazo para entrega ou realização, a remuneração e demais condições para sua execução.

### Capítulo III

#### Do Registro das Obras Intelectuais

Art. 18. A proteção aos direitos de que trata esta Lei independe de registro.

Art. 19. É facultado ao autor registrar a sua obra no órgão público definido no *caput* e no [§ 1º do art. 17 da Lei nº 5.988, de 14 de dezembro de 1973.](#)

Art. 20. Para os serviços de registro previstos nesta Lei será cobrada retribuição, cujo valor e processo de recolhimento serão estabelecidos por ato do titular do órgão da administração pública federal a que estiver vinculado o registro das obras intelectuais.

Art. 21. Os serviços de registro de que trata esta Lei serão organizados conforme preceitua o [§ 2º do art. 17 da Lei nº 5.988, de 14 de dezembro de 1973.](#)

### Título III

#### Dos Direitos do Autor

#### Capítulo I

## Disposições Preliminares

Art. 22. Pertencem ao autor os direitos morais e patrimoniais sobre a obra que criou.

Art. 23. Os co-autores da obra intelectual exercerão, de comum acordo, os seus direitos, salvo convenção em contrário.

## Capítulo II

### Dos Direitos Morais do Autor

Art. 24. São direitos morais do autor:

I - o de reivindicar, a qualquer tempo, a autoria da obra;

II - o de ter seu nome, pseudônimo ou sinal convencional indicado ou anunciado, como sendo o do autor, na utilização de sua obra;

III - o de conservar a obra inédita;

IV - o de assegurar a integridade da obra, opondo-se a quaisquer modificações ou à prática de atos que, de qualquer forma, possam prejudicá-la ou atingi-lo, como autor, em sua reputação ou honra;

V - o de modificar a obra, antes ou depois de utilizada;

VI - o de retirar de circulação a obra ou de suspender qualquer forma de utilização já autorizada, quando a circulação ou utilização implicarem afronta à sua reputação e imagem;

VII - o de ter acesso a exemplar único e raro da obra, quando se encontrar legitimamente em poder de outrem, para o fim de, por meio de processo fotográfico ou assemelhado, ou audiovisual, preservar sua memória, de forma que cause o menor inconveniente possível a seu detentor, que, em todo caso, será indenizado de qualquer dano ou prejuízo que lhe seja causado.

§ 1º Por morte do autor, transmitem-se a seus sucessores os direitos a que se referem os incisos I a IV.

§ 2º Compete ao Estado a defesa da integridade e autoria da obra caída em domínio público.

§ 3º Nos casos dos incisos V e VI, ressalvam-se as prévias indenizações a terceiros, quando couberem.

Art. 25. Cabe exclusivamente ao diretor o exercício dos direitos morais sobre a obra audiovisual.

Art. 26. O autor poderá repudiar a autoria de projeto arquitetônico alterado sem o seu consentimento durante a execução ou após a conclusão da construção.

Parágrafo único. O proprietário da construção responde pelos danos que causar ao autor sempre que, após o repúdio, der como sendo daquele a autoria do projeto repudiado.

Art. 27. Os direitos morais do autor são inalienáveis e irrenunciáveis.

### Capítulo III

#### Dos Direitos Patrimoniais do Autor e de sua Duração

Art. 28. Cabe ao autor o direito exclusivo de utilizar, fruir e dispor da obra literária, artística ou científica.

Art. 29. Depende de autorização prévia e expressa do autor a utilização da obra, por quaisquer modalidades, tais como:

I - a reprodução parcial ou integral;

II - a edição;

III - a adaptação, o arranjo musical e quaisquer outras transformações;

IV - a tradução para qualquer idioma;

V - a inclusão em fonograma ou produção audiovisual;

VI - a distribuição, quando não intrínseca ao contrato firmado pelo autor com terceiros para uso ou exploração da obra;

VII - a distribuição para oferta de obras ou produções mediante cabo, fibra ótica, satélite, ondas ou qualquer outro sistema que permita ao usuário realizar a seleção da obra ou produção para percebê-la em um tempo e lugar previamente determinados por quem formula a demanda, e nos casos em que o acesso às obras ou produções se faça por qualquer sistema que importe em pagamento pelo usuário;

VIII - a utilização, direta ou indireta, da obra literária, artística ou científica, mediante:

- a) representação, recitação ou declamação;
- b) execução musical;
- c) emprego de alto-falante ou de sistemas análogos;
- d) radiodifusão sonora ou televisiva;
- e) captação de transmissão de radiodifusão em locais de frequência coletiva;
- f) sonorização ambiental;
- g) a exibição audiovisual, cinematográfica ou por processo assemelhado;
- h) emprego de satélites artificiais;
- i) emprego de sistemas óticos, fios telefônicos ou não, cabos de qualquer tipo e meios de comunicação similares que venham a ser adotados;
- j) exposição de obras de artes plásticas e figurativas;

IX - a inclusão em base de dados, o armazenamento em computador, a microfilmagem e as demais formas de arquivamento do gênero;

X - quaisquer outras modalidades de utilização existentes ou que venham a ser inventadas.

Art. 30. No exercício do direito de reprodução, o titular dos direitos autorais poderá colocar à disposição do público a obra, na forma, local e pelo tempo que desejar, a título oneroso ou gratuito.

§ 1º O direito de exclusividade de reprodução não será aplicável quando ela for temporária e apenas tiver o propósito de tornar a obra, fonograma ou interpretação perceptível em meio eletrônico ou quando for de natureza transitória e incidental, desde que ocorra no curso do uso devidamente autorizado da obra, pelo titular.

§ 2º Em qualquer modalidade de reprodução, a quantidade de exemplares será informada e controlada, cabendo a quem reproduzir a obra a responsabilidade de manter os registros que permitam, ao autor, a fiscalização do aproveitamento econômico da exploração.

Art. 31. As diversas modalidades de utilização de obras literárias, artísticas ou científicas ou de fonogramas são independentes entre si, e a autorização concedida pelo autor, ou pelo produtor, respectivamente, não se estende a quaisquer das demais.

Art. 32. Quando uma obra feita em regime de co-autoria não for divisível, nenhum dos co-autores, sob pena de responder por perdas e danos, poderá, sem consentimento dos demais, publicá-la ou autorizar-lhe a publicação, salvo na coleção de suas obras completas.

§ 1º Havendo divergência, os co-autores decidirão por maioria.

§ 2º Ao co-autor dissidente é assegurado o direito de não contribuir para as despesas de publicação, renunciando a sua parte nos lucros, e o de vedar que se inscreva seu nome na obra.

§ 3º Cada co-autor pode, individualmente, sem aquiescência dos outros, registrar a obra e defender os próprios direitos contra terceiros.

Art. 33. Ninguém pode reproduzir obra que não pertença ao domínio público, a pretexto de anotá-la, comentá-la ou melhorá-la, sem permissão do autor.

Parágrafo único. Os comentários ou anotações poderão ser publicados separadamente.

Art. 34. As cartas missivas, cuja publicação está condicionada à permissão do autor, poderão ser juntadas como documento de prova em processos administrativos e judiciais.

Art. 35. Quando o autor, em virtude de revisão, tiver dado à obra versão definitiva, não poderão seus sucessores reproduzir versões anteriores.

Art. 36. O direito de utilização econômica dos escritos publicados pela imprensa, diária ou periódica, com exceção dos assinados ou que apresentem sinal de reserva, pertence ao editor, salvo convenção em contrário.

Parágrafo único. A autorização para utilização econômica de artigos assinados, para publicação em diários e periódicos, não produz efeito além do prazo da periodicidade acrescido de vinte dias, a contar de sua publicação, findo o qual recobra o autor o seu direito.

Art. 37. A aquisição do original de uma obra, ou de exemplar, não confere ao adquirente qualquer dos direitos patrimoniais do autor, salvo convenção em contrário entre as partes e os casos previstos nesta Lei.

Art. 38. O autor tem o direito, irrenunciável e inalienável, de perceber, no mínimo, cinco por cento sobre o aumento do preço eventualmente verificável em cada revenda de obra de arte ou manuscrito, sendo originais, que houver alienado.

Parágrafo único. Caso o autor não perceba o seu direito de seqüência no ato da revenda, o vendedor é considerado depositário da quantia a ele devida, salvo se a operação for realizada por leiloeiro, quando será este o depositário.

Art. 39. Os direitos patrimoniais do autor, excetuados os rendimentos resultantes de sua exploração, não se comunicam, salvo pacto antenupcial em contrário.

Art. 40. Tratando-se de obra anônima ou pseudônima, caberá a quem publicá-la o exercício dos direitos patrimoniais do autor.

Parágrafo único. O autor que se der a conhecer assumirá o exercício dos direitos patrimoniais, ressalvados os direitos adquiridos por terceiros.

Art. 41. Os direitos patrimoniais do autor perduram por setenta anos contados de 1º de janeiro do ano subsequente ao de seu falecimento, obedecida a ordem sucessória da lei civil.

Parágrafo único. Aplica-se às obras póstumas o prazo de proteção a que alude o *caput* deste artigo.

Art. 42. Quando a obra literária, artística ou científica realizada em co-autoria for indivisível, o prazo previsto no artigo anterior será contado da morte do último dos co-autores sobreviventes.

Parágrafo único. Acrescer-se-ão aos dos sobreviventes os direitos do co-autor que falecer sem sucessores.

Art. 43. Será de setenta anos o prazo de proteção aos direitos patrimoniais sobre as obras anônimas ou pseudônimas, contado de 1º de janeiro do ano imediatamente posterior ao da primeira publicação.

Parágrafo único. Aplicar-se-á o disposto no art. 41 e seu parágrafo único, sempre que o autor se der a conhecer antes do termo do prazo previsto no *caput* deste artigo.

Art. 44. O prazo de proteção aos direitos patrimoniais sobre obras audiovisuais e fotográficas será de setenta anos, a contar de 1º de janeiro do ano subsequente ao de sua divulgação.

Art. 45. Além das obras em relação às quais decorreu o prazo de proteção aos direitos patrimoniais, pertencem ao domínio público:

I - as de autores falecidos que não tenham deixado sucessores;

II - as de autor desconhecido, ressalvada a proteção legal aos conhecimentos étnicos e tradicionais.

## Capítulo IV

### Das Limitações aos Direitos Autorais

Art. 46. Não constitui ofensa aos direitos autorais:

I - a reprodução:

a) na imprensa diária ou periódica, de notícia ou de artigo informativo, publicado em diários ou periódicos, com a menção do nome do autor, se assinados, e da publicação de onde foram transcritos;

b) em diários ou periódicos, de discursos pronunciados em reuniões públicas de qualquer natureza;

c) de retratos, ou de outra forma de representação da imagem, feitos sob encomenda, quando realizada pelo proprietário do objeto encomendado, não havendo a oposição da pessoa neles representada ou de seus herdeiros;

d) de obras literárias, artísticas ou científicas, para uso exclusivo de deficientes visuais, sempre que a reprodução, sem fins comerciais, seja feita mediante o sistema Braille ou outro procedimento em qualquer suporte para esses destinatários;

II - a reprodução, em um só exemplar de pequenos trechos, para uso privado do copista, desde que feita por este, sem intuito de lucro;

III - a citação em livros, jornais, revistas ou qualquer outro meio de comunicação, de passagens de qualquer obra, para fins de estudo, crítica ou polêmica, na medida justificada para o fim a atingir, indicando-se o nome do autor e a origem da obra;

IV - o apanhado de lições em estabelecimentos de ensino por aqueles a quem elas se dirigem, vedada sua publicação, integral ou parcial, sem autorização prévia e expressa de quem as ministrou;

V - a utilização de obras literárias, artísticas ou científicas, fonogramas e transmissão de rádio e televisão em estabelecimentos comerciais, exclusivamente para

demonstração à clientela, desde que esses estabelecimentos comercializem os suportes ou equipamentos que permitam a sua utilização;

VI - a representação teatral e a execução musical, quando realizadas no recesso familiar ou, para fins exclusivamente didáticos, nos estabelecimentos de ensino, não havendo em qualquer caso intuito de lucro;

VII - a utilização de obras literárias, artísticas ou científicas para produzir prova judiciária ou administrativa;

VIII - a reprodução, em quaisquer obras, de pequenos trechos de obras preexistentes, de qualquer natureza, ou de obra integral, quando de artes plásticas, sempre que a reprodução em si não seja o objetivo principal da obra nova e que não prejudique a exploração normal da obra reproduzida nem cause um prejuízo injustificado aos legítimos interesses dos autores.

Art. 47. São livres as paráfrases e paródias que não forem verdadeiras reproduções da obra originária nem lhe implicarem descrédito.

Art. 48. As obras situadas permanentemente em logradouros públicos podem ser representadas livremente, por meio de pinturas, desenhos, fotografias e procedimentos audiovisuais.

## Capítulo V

### Da Transferência dos Direitos de Autor

Art. 49. Os direitos de autor poderão ser total ou parcialmente transferidos a terceiros, por ele ou por seus sucessores, a título universal ou singular, pessoalmente ou por meio de representantes com poderes especiais, por meio de licenciamento, concessão, cessão ou por outros meios admitidos em Direito, obedecidas as seguintes limitações:

I - a transmissão total compreende todos os direitos de autor, salvo os de natureza moral e os expressamente excluídos por lei;

II - somente se admitirá transmissão total e definitiva dos direitos mediante estipulação contratual escrita;

III - na hipótese de não haver estipulação contratual escrita, o prazo máximo será de cinco anos;

IV - a cessão será válida unicamente para o país em que se firmou o contrato, salvo estipulação em contrário;

V - a cessão só se operará para modalidades de utilização já existentes à data do contrato;

VI - não havendo especificações quanto à modalidade de utilização, o contrato será interpretado restritivamente, entendendo-se como limitada apenas a uma que seja aquela indispensável ao cumprimento da finalidade do contrato.

Art. 50. A cessão total ou parcial dos direitos de autor, que se fará sempre por escrito, presume-se onerosa.

§ 1º Poderá a cessão ser averbada à margem do registro a que se refere o art. 19 desta Lei, ou, não estando a obra registrada, poderá o instrumento ser registrado em Cartório de Títulos e Documentos.

§ 2º Constarão do instrumento de cessão como elementos essenciais seu objeto e as condições de exercício do direito quanto a tempo, lugar e preço.

Art. 51. A cessão dos direitos de autor sobre obras futuras abrangerá, no máximo, o período de cinco anos.

Parágrafo único. O prazo será reduzido a cinco anos sempre que indeterminado ou superior, diminuindo-se, na devida proporção, o preço estipulado.

Art. 52. A omissão do nome do autor, ou de co-autor, na divulgação da obra não presume o anonimato ou a cessão de seus direitos.

## Da Utilização de Obras Intelectuais e dos Fonogramas

### Capítulo I

#### Da Edição

Art. 53. Mediante contrato de edição, o editor, obrigando-se a reproduzir e a divulgar a obra literária, artística ou científica, fica autorizado, em caráter de exclusividade, a publicá-la e a explorá-la pelo prazo e nas condições pactuadas com o autor.

Parágrafo único. Em cada exemplar da obra o editor mencionará:

I - o título da obra e seu autor;

II - no caso de tradução, o título original e o nome do tradutor;

III - o ano de publicação;

IV - o seu nome ou marca que o identifique.

Art. 54. Pelo mesmo contrato pode o autor obrigar-se à feitura de obra literária, artística ou científica em cuja publicação e divulgação se empenha o editor.

Art. 55. Em caso de falecimento ou de impedimento do autor para concluir a obra, o editor poderá:

I - considerar resolvido o contrato, mesmo que tenha sido entregue parte considerável da obra;

II - editar a obra, sendo autônoma, mediante pagamento proporcional do preço;

III - mandar que outro a termine, desde que consintam os sucessores e seja o fato indicado na edição.

Parágrafo único. É vedada a publicação parcial, se o autor manifestou a vontade de só publicá-la por inteiro ou se assim o decidirem seus sucessores.

Art. 56. Entende-se que o contrato versa apenas sobre uma edição, se não houver cláusula expressa em contrário.

Parágrafo único. No silêncio do contrato, considera-se que cada edição se constitui de três mil exemplares.

Art. 57. O preço da retribuição será arbitrado, com base nos usos e costumes, sempre que no contrato não a tiver estipulado expressamente o autor.

Art. 58. Se os originais forem entregues em desacordo com o ajustado e o editor não os recusar nos trinta dias seguintes ao do recebimento, ter-se-ão por aceitas as alterações introduzidas pelo autor.

Art. 59. Quaisquer que sejam as condições do contrato, o editor é obrigado a facultar ao autor o exame da escrituração na parte que lhe corresponde, bem como a informá-lo sobre o estado da edição.

Art. 60. Ao editor compete fixar o preço da venda, sem, todavia, poder elevá-lo a ponto de embaraçar a circulação da obra.

Art. 61. O editor será obrigado a prestar contas mensais ao autor sempre que a retribuição deste estiver condicionada à venda da obra, salvo se prazo diferente houver sido convencionado.

Art. 62. A obra deverá ser editada em dois anos da celebração do contrato, salvo prazo diverso estipulado em convenção.

Parágrafo único. Não havendo edição da obra no prazo legal ou contratual, poderá ser rescindido o contrato, respondendo o editor por danos causados.

Art. 63. Enquanto não se esgotarem as edições a que tiver direito o editor, não poderá o autor dispor de sua obra, cabendo ao editor o ônus da prova.

§ 1º Na vigência do contrato de edição, assiste ao editor o direito de exigir que se retire de circulação edição da mesma obra feita por outrem.

§ 2º Considera-se esgotada a edição quando restarem em estoque, em poder do editor, exemplares em número inferior a dez por cento do total da edição.

Art. 64. Somente decorrido um ano de lançamento da edição, o editor poderá vender, como saldo, os exemplares restantes, desde que o autor seja notificado de que, no prazo de trinta dias, terá prioridade na aquisição dos referidos exemplares pelo preço de saldo.

Art. 65. Esgotada a edição, e o editor, com direito a outra, não a publicar, poderá o autor notificá-lo a que o faça em certo prazo, sob pena de perder aquele direito, além de responder por danos.

Art. 66. O autor tem o direito de fazer, nas edições sucessivas de suas obras, as emendas e alterações que bem lhe aprouver.

Parágrafo único. O editor poderá opor-se às alterações que lhe prejudiquem os interesses, ofendam sua reputação ou aumentem sua responsabilidade.

Art. 67. Se, em virtude de sua natureza, for imprescindível a atualização da obra em novas edições, o editor, negando-se o autor a fazê-la, dela poderá encarregar outrem, mencionando o fato na edição.

## Capítulo II

### Da Comunicação ao Público

Art. 68. Sem prévia e expressa autorização do autor ou titular, não poderão ser utilizadas obras teatrais, composições musicais ou lítero-musicais e fonogramas, em representações e execuções públicas.

§ 1º Considera-se representação pública a utilização de obras teatrais no gênero drama, tragédia, comédia, ópera, opereta, balé, pantomimas e assemelhadas, musicadas ou não, mediante a participação de artistas, remunerados ou não, em locais de freqüência coletiva ou pela radiodifusão, transmissão e exibição cinematográfica.

§ 2º Considera-se execução pública a utilização de composições musicais ou lítero-musicais, mediante a participação de artistas, remunerados ou não, ou a utilização de fonogramas e obras audiovisuais, em locais de frequência coletiva, por quaisquer processos, inclusive a radiodifusão ou transmissão por qualquer modalidade, e a exibição cinematográfica.

§ 3º Consideram-se locais de frequência coletiva os teatros, cinemas, salões de baile ou concertos, boates, bares, clubes ou associações de qualquer natureza, lojas, estabelecimentos comerciais e industriais, estádios, circos, feiras, restaurantes, hotéis, motéis, clínicas, hospitais, órgãos públicos da administração direta ou indireta, fundacionais e estatais, meios de transporte de passageiros terrestre, marítimo, fluvial ou aéreo, ou onde quer que se representem, executem ou transmitam obras literárias, artísticas ou científicas.

§ 4º Previamente à realização da execução pública, o empresário deverá apresentar ao escritório central, previsto no art. 99, a comprovação dos recolhimentos relativos aos direitos autorais.

§ 5º Quando a remuneração depender da frequência do público, poderá o empresário, por convênio com o escritório central, pagar o preço após a realização da execução pública.

§ 6º O empresário entregará ao escritório central, imediatamente após a execução pública ou transmissão, relação completa das obras e fonogramas utilizados, indicando os nomes dos respectivos autores, artistas e produtores.

§ 7º As empresas cinematográficas e de radiodifusão manterão à imediata disposição dos interessados, cópia autêntica dos contratos, ajustes ou acordos, individuais ou coletivos, autorizando e disciplinando a remuneração por execução pública das obras musicais e fonogramas contidas em seus programas ou obras audiovisuais.

Art. 69. O autor, observados os usos locais, notificará o empresário do prazo para a representação ou execução, salvo prévia estipulação convencional.

Art. 70. Ao autor assiste o direito de opor-se à representação ou execução que não seja suficientemente ensaiada, bem como fiscalizá-la, tendo, para isso, livre acesso durante as representações ou execuções, no local onde se realizam.

Art. 71. O autor da obra não pode alterar-lhe a substância, sem acordo com o empresário que a faz representar.

Art. 72. O empresário, sem licença do autor, não pode entregar a obra a pessoa estranha à representação ou à execução.

Art. 73. Os principais intérpretes e os diretores de orquestras ou coro, escolhidos de comum acordo pelo autor e pelo produtor, não podem ser substituídos por ordem deste, sem que aquele consinta.

Art. 74. O autor de obra teatral, ao autorizar a sua tradução ou adaptação, poderá fixar prazo para utilização dela em representações públicas.

Parágrafo único. Após o decurso do prazo a que se refere este artigo, não poderá opor-se o tradutor ou adaptador à utilização de outra tradução ou adaptação autorizada, salvo se for cópia da sua.

Art. 75. Autorizada a representação de obra teatral feita em co-autoria, não poderá qualquer dos co-autores revogar a autorização dada, provocando a suspensão da temporada contratualmente ajustada.

Art. 76. É impenhorável a parte do produto dos espetáculos reservada ao autor e aos artistas.

### Capítulo III

#### Da Utilização da Obra de Arte Plástica

Art. 77. Salvo convenção em contrário, o autor de obra de arte plástica, ao alienar o objeto em que ela se materializa, transmite o direito de expô-la, mas não transmite ao adquirente o direito de reproduzi-la.

Art. 78. A autorização para reproduzir obra de arte plástica, por qualquer processo, deve se fazer por escrito e se presume onerosa.

## Capítulo IV

### Da Utilização da Obra Fotográfica

Art. 79. O autor de obra fotográfica tem direito a reproduzi-la e colocá-la à venda, observadas as restrições à exposição, reprodução e venda de retratos, e sem prejuízo dos direitos de autor sobre a obra fotografada, se de artes plásticas protegidas.

§ 1º A fotografia, quando utilizada por terceiros, indicará de forma legível o nome do seu autor.

§ 2º É vedada a reprodução de obra fotográfica que não esteja em absoluta consonância com o original, salvo prévia autorização do autor.

## Capítulo V

### Da Utilização de Fonograma

Art. 80. Ao publicar o fonograma, o produtor mencionará em cada exemplar:

- I - o título da obra incluída e seu autor;
- II - o nome ou pseudônimo do intérprete;
- III - o ano de publicação;
- IV - o seu nome ou marca que o identifique.

## Capítulo VI

### Da Utilização da Obra Audiovisual

Art. 81. A autorização do autor e do intérprete de obra literária, artística ou científica para produção audiovisual implica, salvo disposição em contrário, consentimento para sua utilização econômica.

§ 1º A exclusividade da autorização depende de cláusula expressa e cessa dez anos após a celebração do contrato.

§ 2º Em cada cópia da obra audiovisual, mencionará o produtor:

I - o título da obra audiovisual;

II - os nomes ou pseudônimos do diretor e dos demais co-autores;

III - o título da obra adaptada e seu autor, se for o caso;

IV - os artistas intérpretes;

V - o ano de publicação;

VI - o seu nome ou marca que o identifique.

VII - o nome dos dubladores. [\(Incluído pela Lei nº 12.091, de 2009\)](#)

Art. 82. O contrato de produção audiovisual deve estabelecer:

I - a remuneração devida pelo produtor aos co-autores da obra e aos artistas intérpretes e executantes, bem como o tempo, lugar e forma de pagamento;

II - o prazo de conclusão da obra;

III - a responsabilidade do produtor para com os co-autores, artistas intérpretes ou executantes, no caso de co-produção.

Art. 83. O participante da produção da obra audiovisual que interromper, temporária ou definitivamente, sua atuação, não poderá opor-se a que esta seja utilizada na obra nem a que terceiro a substitua, resguardados os direitos que adquiriu quanto à parte já executada.

Art. 84. Caso a remuneração dos co-autores da obra audiovisual dependa dos rendimentos de sua utilização econômica, o produtor lhes prestará contas semestralmente, se outro prazo não houver sido pactuado.

Art. 85. Não havendo disposição em contrário, poderão os co-autores da obra audiovisual utilizar-se, em gênero diverso, da parte que constitua sua contribuição pessoal.

Parágrafo único. Se o produtor não concluir a obra audiovisual no prazo ajustado ou não iniciar sua exploração dentro de dois anos, a contar de sua conclusão, a utilização a que se refere este artigo será livre.

Art. 86. Os direitos autorais de execução musical relativos a obras musicais, lítero-musicais e fonogramas incluídos em obras audiovisuais serão devidos aos seus titulares pelos responsáveis dos locais ou estabelecimentos a que alude o § 3º do art. 68 desta Lei, que as exibirem, ou pelas emissoras de televisão que as transmitirem.

## Capítulo VII

### Da Utilização de Bases de Dados

Art. 87. O titular do direito patrimonial sobre uma base de dados terá o direito exclusivo, a respeito da forma de expressão da estrutura da referida base, de autorizar ou proibir:

I - sua reprodução total ou parcial, por qualquer meio ou processo;

II - sua tradução, adaptação, reordenação ou qualquer outra modificação;

III - a distribuição do original ou cópias da base de dados ou a sua comunicação ao público;

IV - a reprodução, distribuição ou comunicação ao público dos resultados das operações mencionadas no inciso II deste artigo.

## Capítulo VIII

## Da Utilização da Obra Coletiva

Art. 88. Ao publicar a obra coletiva, o organizador mencionará em cada exemplar:

I - o título da obra;

II - a relação de todos os participantes, em ordem alfabética, se outra não houver sido convencionada;

III - o ano de publicação;

IV - o seu nome ou marca que o identifique.

Parágrafo único. Para valer-se do disposto no § 1º do art. 17, deverá o participante notificar o organizador, por escrito, até a entrega de sua participação.

### Título V

#### Dos Direitos Conexos

#### Capítulo I

##### Disposições Preliminares

Art. 89. As normas relativas aos direitos de autor aplicam-se, no que couber, aos direitos dos artistas intérpretes ou executantes, dos produtores fonográficos e das empresas de radiodifusão.

Parágrafo único. A proteção desta Lei aos direitos previstos neste artigo deixa intactas e não afeta as garantias asseguradas aos autores das obras literárias, artísticas ou científicas.

#### Capítulo II

##### Dos Direitos dos Artistas Intérpretes ou Executantes

Art. 90. Tem o artista intérprete ou executante o direito exclusivo de, a título oneroso ou gratuito, autorizar ou proibir:

I - a fixação de suas interpretações ou execuções;

II - a reprodução, a execução pública e a locação das suas interpretações ou execuções fixadas;

III - a radiodifusão das suas interpretações ou execuções, fixadas ou não;

IV - a colocação à disposição do público de suas interpretações ou execuções, de maneira que qualquer pessoa a elas possa ter acesso, no tempo e no lugar que individualmente escolherem;

V - qualquer outra modalidade de utilização de suas interpretações ou execuções.

§ 1º Quando na interpretação ou na execução participarem vários artistas, seus direitos serão exercidos pelo diretor do conjunto.

§ 2º A proteção aos artistas intérpretes ou executantes estende-se à reprodução da voz e imagem, quando associadas às suas atuações.

Art. 91. As empresas de radiodifusão poderão realizar fixações de interpretação ou execução de artistas que as tenham permitido para utilização em determinado número de emissões, facultada sua conservação em arquivo público.

Parágrafo único. A reutilização subsequente da fixação, no País ou no exterior, somente será lícita mediante autorização escrita dos titulares de bens intelectuais incluídos no programa, devida uma remuneração adicional aos titulares para cada nova utilização.

Art. 92. Aos intérpretes cabem os direitos morais de integridade e paternidade de suas interpretações, inclusive depois da cessão dos direitos patrimoniais, sem prejuízo da redução, compactação, edição ou dublagem da obra de que tenham participado, sob a responsabilidade do produtor, que não poderá desfigurar a interpretação do artista.

Parágrafo único. O falecimento de qualquer participante de obra audiovisual, concluída ou não, não obsta sua exibição e aproveitamento econômico, nem exige

autorização adicional, sendo a remuneração prevista para o falecido, nos termos do contrato e da lei, efetuada a favor do espólio ou dos sucessores.

### Capítulo III

#### Dos Direitos dos Produtores Fonográficos

Art. 93. O produtor de fonogramas tem o direito exclusivo de, a título oneroso ou gratuito, autorizar-lhes ou proibir-lhes:

I - a reprodução direta ou indireta, total ou parcial;

II - a distribuição por meio da venda ou locação de exemplares da reprodução;

III - a comunicação ao público por meio da execução pública, inclusive pela radiodifusão;

IV - ([VETADO](#))

V - quaisquer outras modalidades de utilização, existentes ou que venham a ser inventadas.

Art. 94. Cabe ao produtor fonográfico perceber dos usuários a que se refere o art. 68, e parágrafos, desta Lei os proventos pecuniários resultantes da execução pública dos fonogramas e reparti-los com os artistas, na forma convencionada entre eles ou suas associações.

### Capítulo IV

#### Dos Direitos das Empresas de Radiodifusão

Art. 95. Cabe às empresas de radiodifusão o direito exclusivo de autorizar ou proibir a retransmissão, fixação e reprodução de suas emissões, bem como a comunicação ao público, pela televisão, em locais de frequência coletiva, sem prejuízo dos direitos dos titulares de bens intelectuais incluídos na programação.

### Capítulo V

## Da Duração dos Direitos Conexos

Art. 96. É de setenta anos o prazo de proteção aos direitos conexos, contados a partir de 1º de janeiro do ano subsequente à fixação, para os fonogramas; à transmissão, para as emissões das empresas de radiodifusão; e à execução e representação pública, para os demais casos.

## Título VI

### Das Associações de Titulares de Direitos de Autor e dos que lhes são Conexos

Art. 97. Para o exercício e defesa de seus direitos, podem os autores e os titulares de direitos conexos associar-se sem intuito de lucro.

§ 1º É vedado pertencer a mais de uma associação para a gestão coletiva de direitos da mesma natureza.

§ 2º Pode o titular transferir-se, a qualquer momento, para outra associação, devendo comunicar o fato, por escrito, à associação de origem.

§ 3º As associações com sede no exterior far-se-ão representar, no País, por associações nacionais constituídas na forma prevista nesta Lei.

Art. 98. Com o ato de filiação, as associações tornam-se mandatárias de seus associados para a prática de todos os atos necessários à defesa judicial ou extrajudicial de seus direitos autorais, bem como para sua cobrança.

Parágrafo único. Os titulares de direitos autorais poderão praticar, pessoalmente, os atos referidos neste artigo, mediante comunicação prévia à associação a que estiverem filiados.

Art. 99. As associações manterão um único escritório central para a arrecadação e distribuição, em comum, dos direitos relativos à execução pública das obras musicais e lítero-musicais e de fonogramas, inclusive por meio da radiodifusão e transmissão por qualquer modalidade, e da exibição de obras audiovisuais.

§ 1º O escritório central organizado na forma prevista neste artigo não terá finalidade de lucro e será dirigido e administrado pelas associações que o integrem.

§ 2º O escritório central e as associações a que se refere este Título atuarão em juízo e fora dele em seus próprios nomes como substitutos processuais dos titulares a eles vinculados.

§ 3º O recolhimento de quaisquer valores pelo escritório central somente se fará por depósito bancário.

§ 4º O escritório central poderá manter fiscais, aos quais é vedado receber do empresário numerário a qualquer título.

§ 5º A inobservância da norma do parágrafo anterior tornará o faltoso inabilitado à função de fiscal, sem prejuízo das sanções civis e penais cabíveis.

Art. 100. O sindicato ou associação profissional que congregue não menos de um terço dos filiados de uma associação autoral poderá, uma vez por ano, após notificação, com oito dias de antecedência, fiscalizar, por intermédio de auditor, a exatidão das contas prestadas a seus representados.

## Título VII

### Das Sanções às Violações dos Direitos Autorais

#### Capítulo I

##### Disposição Preliminar

Art. 101. As sanções civis de que trata este Capítulo aplicam-se sem prejuízo das penas cabíveis.

#### Capítulo II

##### Das Sanções Civis

Art. 102. O titular cuja obra seja fraudulentamente reproduzida, divulgada ou de qualquer forma utilizada, poderá requerer a apreensão dos exemplares reproduzidos ou a suspensão da divulgação, sem prejuízo da indenização cabível.

Art. 103. Quem editar obra literária, artística ou científica, sem autorização do titular, perderá para este os exemplares que se apreenderem e pagar-lhe-á o preço dos que tiver vendido.

Parágrafo único. Não se conhecendo o número de exemplares que constituem a edição fraudulenta, pagará o transgressor o valor de três mil exemplares, além dos apreendidos.

Art. 104. Quem vender, expuser a venda, ocultar, adquirir, distribuir, tiver em depósito ou utilizar obra ou fonograma reproduzidos com fraude, com a finalidade de vender, obter ganho, vantagem, proveito, lucro direto ou indireto, para si ou para outrem, será solidariamente responsável com o contrafator, nos termos dos artigos precedentes, respondendo como contrafatores o importador e o distribuidor em caso de reprodução no exterior.

Art. 105. A transmissão e a retransmissão, por qualquer meio ou processo, e a comunicação ao público de obras artísticas, literárias e científicas, de interpretações e de fonogramas, realizadas mediante violação aos direitos de seus titulares, deverão ser imediatamente suspensas ou interrompidas pela autoridade judicial competente, sem prejuízo da multa diária pelo descumprimento e das demais indenizações cabíveis, independentemente das sanções penais aplicáveis; caso se comprove que o infrator é reincidente na violação aos direitos dos titulares de direitos de autor e conexos, o valor da multa poderá ser aumentado até o dobro.

Art. 106. A sentença condenatória poderá determinar a destruição de todos os exemplares ilícitos, bem como as matrizes, moldes, negativos e demais elementos utilizados para praticar o ilícito civil, assim como a perda de máquinas, equipamentos e insumos destinados a tal fim ou, servindo eles unicamente para o fim ilícito, sua destruição.

Art. 107. Independentemente da perda dos equipamentos utilizados, responderá por perdas e danos, nunca inferiores ao valor que resultaria da aplicação do disposto no art. 103 e seu parágrafo único, quem:

I - alterar, suprimir, modificar ou inutilizar, de qualquer maneira, dispositivos técnicos introduzidos nos exemplares das obras e produções protegidas para evitar ou restringir sua cópia;

II - alterar, suprimir ou inutilizar, de qualquer maneira, os sinais codificados destinados a restringir a comunicação ao público de obras, produções ou emissões protegidas ou a evitar a sua cópia;

III - suprimir ou alterar, sem autorização, qualquer informação sobre a gestão de direitos;

IV - distribuir, importar para distribuição, emitir, comunicar ou puser à disposição do público, sem autorização, obras, interpretações ou execuções, exemplares de interpretações fixadas em fonogramas e emissões, sabendo que a informação sobre a gestão de direitos, sinais codificados e dispositivos técnicos foram suprimidos ou alterados sem autorização.

Art. 108. Quem, na utilização, por qualquer modalidade, de obra intelectual, deixar de indicar ou de anunciar, como tal, o nome, pseudônimo ou sinal convencional do autor e do intérprete, além de responder por danos morais, está obrigado a divulgá-lhes a identidade da seguinte forma:

I - tratando-se de empresa de radiodifusão, no mesmo horário em que tiver ocorrido a infração, por três dias consecutivos;

II - tratando-se de publicação gráfica ou fonográfica, mediante inclusão de errata nos exemplares ainda não distribuídos, sem prejuízo de comunicação, com destaque, por três vezes consecutivas em jornal de grande circulação, dos domicílios do autor, do intérprete e do editor ou produtor;

III - tratando-se de outra forma de utilização, por intermédio da imprensa, na forma a que se refere o inciso anterior.

Art. 109. A execução pública feita em desacordo com os arts. 68, 97, 98 e 99 desta Lei sujeitará os responsáveis a multa de vinte vezes o valor que deveria ser originariamente pago.

Art. 110. Pela violação de direitos autorais nos espetáculos e audições públicas, realizados nos locais ou estabelecimentos a que alude o art. 68, seus proprietários, diretores, gerentes, empresários e arrendatários respondem solidariamente com os organizadores dos espetáculos.

### Capítulo III

#### Da Prescrição da Ação

Art. 111. ([VETADO](#))

### Título VIII

#### Disposições Finais e Transitórias

Art. 112. Se uma obra, em conseqüência de ter expirado o prazo de proteção que lhe era anteriormente reconhecido pelo [§ 2º do art. 42 da Lei nº. 5.988, de 14 de dezembro de 1973](#), caiu no domínio público, não terá o prazo de proteção dos direitos patrimoniais ampliado por força do art. 41 desta Lei.

Art. 113. Os fonogramas, os livros e as obras audiovisuais sujeitar-se-ão a selos ou sinais de identificação sob a responsabilidade do produtor, distribuidor ou importador, sem ônus para o consumidor, com o fim de atestar o cumprimento das normas legais vigentes, conforme dispuser o regulamento. (~~[Regulamento](#)~~) ([Regulamento](#))

Art. 114. Esta Lei entra em vigor cento e vinte dias após sua publicação.

Art. 115. Ficam revogados os [arts. 649 a 673](#) e [1.346 a 1.362 do Código Civil](#) e as [Leis nºs 4.944, de 6 de abril de 1966; 5.988, de 14 de dezembro de 1973](#), excetuando-se o [art. 17 e seus §§ 1º e 2º; 6.800, de 25 de junho de 1980; 7.123, de 12 de setembro de 1983; 9.045, de 18 de maio de 1995](#), e demais disposições em

contrário, mantidos em vigor as [Leis nºs 6.533, de 24 de maio de 1978](#) e [6.615, de 16 de dezembro de 1978](#).

Brasília, 19 de fevereiro de 1998; 177º da Independência e 110º da República.

FERNANDO HENRIQUE CARDOSO

*Francisco Weffort*