

UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
CENTRO DE CIÊNCIAS JURÍDICAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS JURÍDICAS

**DIREITO AUTORAL NA REESTRUTURAÇÃO CAPITALISTA: O CASO DA
INDÚSTRIA FONOGRAFICA NO BRASIL**

João Pessoa

2013

AMANDA P. COUTINHO DE CERQUEIRA

DIREITO AUTORAL NA REESTRUTURAÇÃO CAPITALISTA: O CASO DA
INDÚSTRIA FONOGRÁFICA NO BRASIL

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-
Graduação em Ciências Jurídicas – Banca final
[Versão | Depósito]. Área de concentração:
Direito Econômico.

Orientadora: Renata R. Rolim.

João Pessoa

2013

Sumário

Introdução

Primeira Parte

Trabalho e arte - a conveniência da cultura

Capítulo I O lugar do imaterial no capitalismo contemporâneo

- 1 Trabalho imaterial na produção
- 2 Função ideológica da indústria cultural
- 3 ? [Comunicação? A Internet e reprodutibilidade técnica?] ou [Sociedade da informação] ou [Ideia do autor e trabalho] – Reafirmar antagonismo entre trabalhadores no campo das artes e apropriação privada através do direito autoral.

Capítulo II Economia e cultura

- 1 Cultura: arte x indústria?
- 2 Economia da cultura: Estado / Capital
- 3 A especificidade da indústria fonográfica

Segunda Parte

Direito autoral na indústria fonográfica

Capítulo I Regulamentação jurídica e produção musical

- 1 Marcos legais e fundamentos discursivos
 - 2.1 Instrumentos normativos
 - 2.2 Reforma da LDA no âmbito da música
- 2 Produção cultural musical e direito autoral na “era do acesso”
- 3 Licenças criativas ou *copyleft*

Capítulo II Os “independentes”

- 1 Grupo focal
- 2 Apresentação dos resultados
 - 2.1 O músico enquanto trabalhador
 - 2.2 Ser (in)dependente hoje
 - 2.2.1 Cena (in)dependente no Recife
 - 2.2.2 Tecnobrega
- 3 Gestão pública

Conclusão

Referências

Primeira Parte

Trabalho e arte - a conveniência da cultura

Capítulo I

O lugar do imaterial no capitalismo contemporâneo

1 Trabalho imaterial na produção

O campo analítico em que se situa a questão da propriedade intelectual está associado ao próprio modo de produção de bens e valores no capitalismo contemporâneo, bem como à sua dinâmica de circulação e consumo. Quer dizer, discutir propriedade intelectual exige esforço para compreender como estão sendo constituídas as relações de produção e valorização dos bens e produtos e como essas relações estão sendo reproduzidas dentro dessa estrutura social específica.

A partir da análise da acumulação pós-fordista na década de 1970, David Harvey (2002, p. 135) explica a proeminência do termo sociedade pós-industrial para indicar as mudanças na forma de acumulação do capital. No exame da reestruturação produtiva, o autor analisa a substituição do modelo de produção e acumulação centrado na rigidez (fordista), pelo regime fundamentado na maior flexibilização e complexificação dos processos produtivos que asseguram a ampliação das modalidades de trabalho, produtos, serviços e mercados, orientados sob a perspectiva global. Segundo Harvey, as principais características dessa dinâmica são basicamente: crescimento de bens simbólicos e do setor de serviços, acompanhado do uso intensivo da tecnologia e da informação, tendo como vetor o conhecimento e a criatividade.

Com efeito, as teorizações sobre a produção contemporânea pós-fordista estão ancoradas, sobretudo, na relevância de bens simbólicos: o que significa, fundamentalmente, a importância das dimensões ditas imateriais de acumulação, a partir do “valor agregado do intangível”. Ladislau Dowbor (2000, p. 23) toma como ponto de

partida o fato de que hoje, quando se paga um produto, 75% do seu valor correspondem ao desenho, às estratégias de marketing, à publicidade e às relações públicas. Essa seria a novidade evidenciada por Jeremy Rifkin (2005, p. 28) sobre a concepção do que dá valor aos produtos, ou seja, do que os torna vendáveis com o máximo de lucro - seu valor simbólico e estético, cujo exemplo mais emblemático é a marca.

Certo é que o exame desse modo de produção demandaria a necessidade do instrumental teórico que desse conta dessas modificações. Em certos meios intelectuais torna-se, então, quase lugar comum afirmar que o capitalismo contemporâneo está centrado na valorização do capital imaterial. Surgem as teses que reservam lugar privilegiado ao trabalho imaterial. Apesar das grandes diferenças entre os autores que trabalham com a ideia da centralidade do trabalho imaterial, todos parecem ter em comum três proposições básicas. Primeiro, a própria noção da "imaterialidade" desse tipo de trabalho específico. Depois, a ideia da imensurabilidade desse trabalho, no sentido de irredutibilidade. Por último, a concepção de que o trabalho imaterial guardaria potencial revolucionário imanente, uma vez que ele escaparia à lógica do capital. Em linhas gerais, o argumento central vincula-se ao propósito de que as novas tecnologias de informação e de comunicação (TIC) corresponderia ao estágio social e político fundamentado na subjetividade e na cooperação.

A principal corrente que desenvolve a teoria contemporânea da centralidade do trabalho imaterial é chamada neomarxista. Seus principais representantes são Antonio Negri, Maurizio Lazzarato (2001) e André Gorz (2009). Tendo por base teórica os *Grundrisse* (MARX, 2011) e por substrato empírico a chamada "Terceira Itália"¹, os neomarxistas partem da premissa da divisão dos três setores da economia (agricultura, indústria e serviços) para afirmar que a reestruturação produtiva teria dado ensejo a prevalência do tipo específico de trabalho que tem como resultado serviço e/ou informação, incompatível com a ortodoxia marxista do operário taylorista-fordista, na medida em que não produziria mercadoria tangível.

¹ O epíteto de "Terceira Itália" é empregado para ressaltar suas especificidades frente a duas realidades que, classicamente, eram opostas para afirmar o dualismo econômico e societal italiano: de um lado, o triângulo industrial tradicional, ao norte; de outro, o *Mezzogiorno*, região marcadamente agrícola e subdesenvolvida, que compreende o centro-sul e as ilhas. A principal característica da "Terceira Itália" está na consagração de pequenas empresas industriais com processos de trabalho flexíveis e alta capacidade de inovação.

Gorz (2009, p. 23) assim define o conceito de imaterialidade: “o trabalho do saber vivo não produz nada materialmente palpável [...] A coisa é perfeitamente evidente nos ofícios artísticos”. Negri e Lazzarato (2001, p. 25), por sua vez, caracterizam o trabalho imaterial como “aquela atividade criativa ligada à subjetividade”. Do ponto de vista de seu “conteúdo”, afirmam os autores, “o trabalho imaterial é o trabalho que produz o conteúdo informacional e cultural da mercadoria”. Para os teóricos, essa atividade seria autônoma e inovadora, consoante o entendimento de que socializaria os saberes, contemplaria as subjetividades, incentivaria os níveis de cooperação e converteria os meios e processos tecnológicos em proveito da emergente “comunidade comunicacional, organizativa e relacional”.

Tal concepção toma corpo a partir da ideia de que o trabalho imaterial seria imensurável em unidades abstratas simples que tem como medida o tempo necessário para produção. Gorz (2009, p. 29) pontua que o trabalho imaterial recorreria a “capacidades heterogêneas”, ou seja, “sem medida comum” – entre as quais o julgamento, a intuição, o senso estético e o nível de formação e de informação. A rigor, essa irreducibilidade do imaterial acarretaria a crise na teoria do valor² pela dificuldade de padronizar e estandardizar a dimensão qualitativa dessa produção. Quer dizer, a incerteza quanto ao tempo socialmente necessário à produção imaterial colocaria em crise as noções de “sobretalho” e “sobrevvalor”. Em última análise, por não ser redutível à medida tradicional, sua avaliação pelo capital restaria problemática. Ou seja, o trabalho imaterial, portanto, não se prestaria à apropriação privada e escaparia à lógica do capital.

Essa imensurabilidade do trabalho imaterial, por sua vez, indicaria, para os neomarxistas, “um potencial revolucionário imanente”. Graças ao próprio desenvolvimento das forças produtivas capitalistas, pela primeira vez na história, a sociedade livre de produtores pode aparecer com o processo lógico da evolução técnico-econômica. Existiria hoje, pelo menos como tendência, a existência de produção comunista e desatada da produção de mais-valia no interior da sociedade capitalista.

² De acordo com Henrique Amorim (2009, p. 27), Marx realiza a relação de proporcionalidade entre horas necessárias à produção e quantidades de mercadorias produzidas. Não obstante, na problemática teórica de Marx sobre valor-trabalho, não há a tentativa de determinação do valor como algo essencialmente calculável, matematicamente mensurável, aritmeticamente previsível. Essa não foi a perspectiva desenvolvida por Marx, mas a relação entre mercadorias e forças produzidas em determinado espaço de tempo, qual seja, industrial.

Nesse sentido, Gorz (2009, p. 70) afirma que “não haverá revolução pela derrubada do sistema por forças exteriores. A negação do sistema se espalha em seu interior por meio de práticas alternativas que ele próprio suscita”.

As principais características do imaterial podem ser resumidas por Jean Lojkin (2002, p. 34) na “Revolução Informacional”, quando enfatiza que a superação da sociedade mercantil já estaria inscrita no caráter imaterial da informação, o que a impediria de ser portadora da forma mercadoria. Nesses termos, a Revolução Informacional seria, portando, o “anúncio e a potencialidade de uma nova civilização, pós-mercantil”. A tendência analítica dos neomarxistas apontaria, portanto, para ideia de centralidade da imaterialidade, irreduzível à mensurabilidade e com potencial revolucionário imanente, a partir de processos de subjetivação. A rigor, as classes sociais se dissolveriam no “conjunto das subjetividades produtivas e criativas” da sociedade global.

Os contrapontos argumentativos aos princípios teóricos e políticos dos neomarxistas não são poucos.

Sérgio Lessa (2011, p. 12) começa por explicar que o debate acerca da centralidade do trabalho geralmente padece de fragilidade teórica. Porque nem sempre os autores falam sobre a mesma dimensão do trabalho. Na verdade, Marx teria realizado a diferença entre trabalho abstrato³ e trabalho concreto, ao relacionar a categoria universal à sua particularização histórica. A dimensão concreta levaria em consideração o caráter ontológico do trabalho, isso é, o trabalho como momento fundante de realização do ser social, condição para existência do homem e ponto de partida para a constituição do ser social; intercâmbio metabólico homem-natureza, sua dimensão qualitativa. O trabalho abstrato, por sua vez, seria a subversão capitalista da categoria trabalho⁴, que tem por finalidade imediata a produção de mais-valia, o que informa que a superação dessa condição só seria possível em outro sistema econômico.

³ Se o trabalho assume a forma necessariamente assalariada, abstrata, fetichizada e estranhada, essa dimensão histórica-concreta não pode ser tomada a-historicamente. A historicidade do trabalho informa a sua dúplice e contraditória dimensão: o trabalho propriamente livre (trabalho concreto) e trabalho-labor (trabalho abstrato). Apesar da existência dessa distinção, foi o trabalho-labor erigido à categoria de trabalho-dever. Sua construção ideológica se deu desde a concepção como castigo na estrutura greco-romana, a construção da Idade Média, até a glorificação e consolidação no sistema capitalista.

⁴ A concepção marxiana concebe o homem como ser distinto por ter capacidade de trabalho, entendido como prática humana criativa, por ser capaz de interagir com a natureza a ponto de modificá-la e produzir

O que acontece é que a desconsideração dessa dupla dimensão presente no trabalho, que lhe dá complexidade, vem fazendo com que muitos autores entendam as modificações organizativas e produtivas, sobretudo tecnológicas, do trabalho abstrato como expressão da crise e da perda da centralidade do trabalho concreto, isso é, enquanto perspectiva ontológica. Em outros termos: pode-se perceber, com modificações, como a superestimação do poder da técnica no desenvolvimento histórico comparece com força no debate contemporâneo do trabalho imaterial. As teorias se apoiaram, implícita ou explicitamente, na tese de que o desenvolvimento tecnológico seria o momento determinante no desenvolvimento das forças produtivas e, portanto, das relações de produção. Tem-se por premissa a tese segundo a qual a introdução de novas tecnologias alteraria o fundamento das relações sociais. Ou seja, atribue-se significado ontológico às alterações técnicas centradas no imaterial. Lessa (2011, p. 257) entende, ao contrário, que a técnica está inserida nas condições de objetividade da história, no sentido de que “o momento predominante não se localiza na técnica, mas nas relações sociais que a determinam”.

Diante disso, críticas à centralidade do trabalho imaterial poderiam começar a ser explicadas a partir da própria noção de imaterialidade. O problema mais frequente levantado é que o trabalho imaterial continuaria incontornavelmente material. Quer dizer, mesmo o trabalho mais imaterial ou a mercadoria mais simbólica ainda assim guardam o seu lastro empírico. Ricardo Antunes (2009, p. 128) explica que “mesmo no trabalho dotado de maior significado imaterial, o exercício da atividade subjetiva está constrangido em última instância pela lógica da forma/mercadoria e sua realização”. Ou seja, o trabalho assume a forma ativa de subjetividade, desde que seu objetivo precípuo seja colocá-lo a serviço do capital e suas necessidades de acumulação. De acordo com o autor, trabalho imaterial e material, na imbricação crescente entre ambos, estaria, portanto, subordinados à lógica de produção de mercadorias de capital e da acumulação de mais-valia.

as condições de sua existência material e intelectual. Em Marx o trabalho não é algo negativo para o homem. Pelo contrário, o trabalho é o que torna o homem efetivamente humano; traz a consciência de si e o diferencia dos outros animais. Constitui o salto ontológico das formas pré-humanas para o ser social. É o que está, portanto, no centro da humanização do homem. Acontece que o capitalismo perverte a noção de trabalho, uma vez que o instrumentaliza para a aquisição do capital, transforma o trabalho concreto em trabalho abstrato. E o salário é apenas o que permite que o trabalhador sobreviva alienado e se reproduza, garantindo a continuidade do sistema capitalista de acumulação de lucro, através do conceito de mais-valia. Para a doutrina marxiana, o trabalho alienado é a subversão do metabolismo homem x natureza, em que há uma supressão do caráter humanitário do trabalho, constituindo-se o reino da exploração.

Lessa (2011, p. 72) contesta os autores centrados no imaterial esclarecendo que

Marx tinha uma concepção inteiramente distinta: as ideias não seriam ‘imateriais’, mas partes movidas e moventes de uma nova materialidade [...] no [...] qual as ideias exercem força material decisiva. As ideias são parte da porção subjetiva de uma nova matéria consubstanciada fundamentalmente pelo trabalho. A oposição da qual se trata é entre a subjetividade e a objetividade do mundo material dos homens, e não entre a ‘matéria’ e o ‘imaterial’.

O autor (LESSA, 2011, p. 45) explica, então, que a ideia do imaterial enquanto subjetividade como alternativa dentro do próprio capitalismo seria “uma mistura ingênua, do ponto de vista metodológico, de um empirismo banal com um idealismo mal resolvido”. Porque a questão decisiva é: como, de qual modo, por quais mediações pode-se constituir a rede de relações do tipo “novo” no interior do capitalismo? E em quê esfera? Na Subjetividade (superação do produtivismo, recusa da ética da acumulação) ou na objetividade (processo cotidiano centrado na superação da propriedade privada dos meios de produção)? Segundo o autor, o movimento de “elevação da humanidade”, proposto por Negri e Lazzarato, a novos patamares de desenvolvimento pós-mercantil que requer a persuasão de todos os usuários – e não de classe – e que tem como categoria fundante o “amor pelo tempo por se construir” seria impossibilidade histórica dentro do capitalismo.

O sujeito moderno e o ideal de sujeito autônomo e, portanto, a categoria da subjetividade, constitui-se, desde o início, campo problemático para a perspectiva marxista. Nesses termos, Giovanni Alves (2011, p. 24) afirma que o capitalismo, em seu devir histórico, ao mesmo tempo em que criou as bases materiais para o pleno desenvolvimento da individuação social, limitou o processo de desenvolvimento humano-genérico. É o processo histórico cumulativo de restrições e constrangimentos que Marx procurou traduzir na categoria de subsunção do trabalho ao capital. Na verdade, tendo em vista que o “trabalho se fez coisa” (conceito de fetichização), há a quase-impossibilidade da subjetividade na ordem do capital, já que se está diante de “sociabilidade interdita”. Desse modo, Giovanni Alves (2011, p. 29) afirma que, ao tratar da categoria subjetividade se lida com categoria-limite, preta de contradições intrínsecas à sua própria sócio-reprodutibilidade.

Em última análise, parece que a teoria da centralidade do imaterial (e como tal, da informação e da comunicação), desvinculada da esfera instrumental do sistema, guarda relação com as proposições teóricas habermasianas, acentuadas na atividade comunicativa. Através da Teoria do agir comunicativo, Habermas (2010, p. 78) sublinha que a linguagem veicula a distinção do homem, sua humanização e integração. Quer dizer, a linguagem, em último aspecto, seria a expressão da consciência que permite as estratégias interativas entre os sujeitos.

É certo que o autor parte da concepção dual da sociedade, propondo que a entenda simultaneamente como “sistema” e “mundo da vida”. O sistema seria o espaço da economia de mercado planificada, orientada pelo lucro, calcada na contabilidade, na administração e na divisão do trabalho e por isso, portadora da “razão instrumental”. O mundo da vida, por sua vez, seria o espaço da racionalidade dos indivíduos mediado pela linguagem e pela intersubjetividade comunicativa, onde aconteceria o “agir comunicativo” que traria em si o momento do entendimento livre de dominação e da integração social (HABERMAS, 2010, p. 98).

Habermas (2012, p. 102) assegura, ainda, que existiria o movimento de mediação sistema-mundo da vida, no qual a institucionalização jurídica seria o exemplo mais claro. Vem daí a proposta do autor: a ação comunicativa demanda a solidez normativa que apenas o direito, em sociedades democráticas, pode proporcionar.

Não interessa aqui empreender análise e crítica sistemática ao pensamento habermasiano, mas simplesmente evocar o desafio de, a partir do seu pensamento, refletir acerca de suas proposições sobre as relações entre a “ação comunicativa” e as relações de poder econômico e político. Em outros termos, Habermas traz a perspectiva de que o consenso seria o motor da história, mas não problematizaria na mediação sistema-mundo da vida a articulação entre a lógica do capital e a regulamentação jurídica, por exemplo. Já Lessa (2011, p. 77) destaca que

Se nos perguntarmos qual o fundamento da possibilidade de consensos em uma humanidade não apenas dividida em classes, mas também em países imperialistas e outros miseráveis, a resposta habermasiana é muito frágil: em última instância pelo fato de termos por pano de fundo da relação comunicativa um ‘mundo da vida’, definido como ‘espaço transcendental no qual falante e ouvinte se saem ao encontro’.

Por não polemizar as relações de poder na “ação comunicativa” (como por exemplo os limites da discussão nos meios de comunicação social dominados pela elite técnico-burocrática), Lessa (2009, p. 42) afirma que Habermas partiria de perspectiva excessivamente uniformizante e acabaria preso a concepção clássico-iluminista sobre as possibilidades emancipatória das instituições sociais, de forma que “suas concepções de fundo são puramente idealista”.

Na verdade, a ênfase nos processos comunicativos e tecnológicos como processo social abstrato (que não discute questões de capitalização e controle) acarretaria o isolamento desses processos da história do desenvolvimento das forças produtivas e das relações sociais. Nesse sentido, Armand Mattelart (2012, p. 23) afirma que os interessados em dar explicação estritamente técnica esquecem de dizer que o terreno no qual a técnica conquista seu poder sobre a sociedade é o poder que os economicamente mais fortes exercem sobre essa sociedade, de forma que a racionalidade técnica seria a racionalidade da própria dominação.

Diante disso, essa dinâmica pode ser examinada a partir de duas posições extremas: uma que faz das tecnologias o instrumento neutro da sociedade; e outra que a entende como força social dominante. Quer dizer, as forças produtivas sociais, longe de ser simples estrutura organizacional inerte, são, antes de tudo, o que Marx chama de “força produtiva do capital” – o que significa duas coisas: de uma parte, são forças apropriadas pelo capital; de outra, trata-se de forças que aumentam a produtividade do capital e não apenas a do trabalho.

É nesse ponto específico que a crítica à imensurabilidade do imaterial se faz essencial para a discussão da propriedade intelectual. Inicialmente, o que se pode dizer de mais elementar é que o preço do trabalho imaterial é realizado todos os dias no mercado. Com efeito, existe diferença entre a dificuldade e a impossibilidade de se quantificar o valor do trabalho imaterial: dizer que tal medida é “difícil” tem a vantagem de chamar a atenção para as novas estratégias desenvolvidas pelo sistema para continuar colocando preço nesse tipo de trabalho, mesmo quando ele já não pode ser reduzido às medidas convencionais; dizer que tal medida é “impossível” tem a desvantagem de

favorecer a idealização do contexto histórico e econômico contemporâneo que apenas atrasa a sua compreensão efetiva em termos operatórios.

O capital tudo faz para capitalizar o hipoteticamente imaterial, para fazê-lo corresponder às condições essenciais pelas quais o capital funciona e existe como tal. Basicamente, a partir da proeminência do mercado imaterial na Economia da cultura e criativa⁵, centrado nas esferas da circulação tecnológicas⁶ e de serviços, o trabalho dito imaterial encontrar-se-ia influenciado pelo sistema sociometabólico do capital. A hipótese é a de que o capital desenvolve sua dominação em relação ao trabalho imaterial com base na lei geral do valor, isso é, através da autovalorização. Vale dizer, através do mecanismo de apropriação do conhecimento, da tecnologia e da cultura (isso é, das forças produtivas gerais) por meio da propriedade intelectual.

Em outros termos, o trabalho imaterial seria necessário para a realização da função mediadora de acumulação do capital. Principalmente a partir da segunda metade do século XXI, o domínio, antes inacessíveis à exploração econômica, apontaria para processos de geração de mais-valia através de manifestação de trabalho humano não pago, até mesmo onde ele parecia não estar presente – na cultura e no entretenimento. Conforme será visto no próximo capítulo, os investimentos e retornos financeiros envolvidos nesse tipo de exploração e expropriação são cada vez mais representativos e sugerem que a importância econômica desse tipo de trabalho imaterial só tende a crescer.

Inaugura-se a forma de controle do acesso na capitalização das riquezas materiais. Torna-se, então, estratégico ao Estado disciplinar o fluxo de informações, de conhecimentos, de música, de livros, de todo conteúdo passível de apropriação e lucro. Esse discurso amolda-se à nova matriz do capitalismo global, baseada na exploração do

⁵ Os conceitos de Economia da cultura e economia criativa serão expostos no Capítulo seguinte deste trabalho.

⁶ A partir da potencialização do fluxo dos bens imateriais, prolifera-se todo o conjunto de ciberculturas que passam a ambientar a sociabilidade, no sentido que Pierre Lévy (1999, p. 22) confere ao termo: conjunto de técnicas, de práticas, de atitudes, de modos de pensamento e de valores que se desenvolvem com o crescimento do ciberespaço. As mudanças na base-midiático-tecnológica influenciam a produção (oferecendo novos veículos, produtos e serviços com base na mídia digital), a distribuição (potencialmente acessível ao global e reduzido custos de transação no *e-commerce*) e o consumo de bens culturais.

trabalho imaterial e na captura da propriedade difusa, imanente às redes sociais (*online* ou não) e à colaboração transversal⁷.

No âmbito da música, o declínio dos suportes materiais de difusão discográfica (isso é, o CD, o DVD e o *BluRay*) e a elevação da música digital e das formas de rentabilidade através dos *shows* (para citar os principais exemplos do imaterial nesse caso) informam a centralidade dos dispositivos jurídicos de direito autoral e restrição de acesso na esfera imaterial. É nesse campo de discussão que o direito do autor e conexos se apresentam não só como paradigma de remuneração para o autor, mas, sobretudo, como extração de lucro para o capital.

2 Função ideológica da indústria cultural

O processo que indica o avanço da técnica sobre os bens culturais é uma das premissas essenciais da noção de indústria cultural desenvolvida por Theodor Adorno e Max Horkheimer⁸ na década de 1950, a fim de registrar a situação das artes na sociedade capitalista industrial. Desde o início, Adorno e Horkheimer (2002, p. 9) deixam claro que esse movimento não deve ser atribuído à lei de desenvolvimento da técnica enquanto tal, mas à sua função na economia contemporânea. Por hora, a técnica da indústria cultural só chegaria à estandarização e à produção em série a partir do sacrifício daquilo pelo qual a lógica da obra de arte se distinguia da lógica do sistema social⁹.

⁷ Como será visto na Segunda Parte deste trabalho, o discurso da sociedade da informação é a base sobre a qual se sustenta os atuais fundamentos acerca da proteção da propriedade intelectual, tendo em vista o discurso estratégico em todo sentido do termo, originado e difundido, não por acaso, em período de reestruturação global do capitalismo. O exemplo mais emblemático nesse sentido, seria a regulamentação da propriedade intelectual no âmbito da Organização Mundial do Comércio (OMC).

⁸ O que se apresentou como elemento determinante para a produção do Instituto de Pesquisa Social de Frankfurt (nome inicial da Escola de Frankfurt) foi a ascensão do fascismo, sob a égide do capitalismo monopolista. O dilema que se colocou naquele contexto foi: como o fascismo poderia desfrutar de tanto apoio popular? Na aula inaugural Horkheimer focou a relação entre a vida econômica e as esferas culturais padronizadas de manipulação, mesmo que, frequentemente, dotadas de uma áurea de “livre escolha” e de “pseudo-individualização”.

⁹ A distinção adorniana (e sua problematização) entre arte e indústria será analisada no Capítulo 2 deste trabalho.

Com efeito, a emergência da lógica da produção da indústria no âmbito cultural faz com que os produtos sejam assumidos como mercadorias, porque capturados e transformados em mercadorias na esfera da circulação desde o momento da produção. Portanto, o capital avança não só sobre a circulação, massificada e em grande escala, mas também sobre a própria produção fordista da cultura.

Diante disso, além do cinema e da música, por exemplo, não terem a necessidade de ser empacotados como arte, a cultura contemporânea a tudo conferiria ar de semelhança. Nesse sentido, Adorno (2002, p. 8) afirma que “toda cultura de massas¹⁰ em sistemas de economia concentrada é idêntica”. Reduzido a material estatístico, os consumidores são divididos, no mapa geográfico dos escritórios técnicos, em grupos de renda, em campos vermelhos, verdes e azuis. Na verdade, assegura o autor (ADORNO, 2002, p. 12) as “distinções enfáticas, como entre filmes de classe A e B, ou entre histórias em revista de diferentes preços, não são tão fundadas na realidade, quanto, antes, servem para classificá-los a fim de padronizá-los”. O esquematismo do procedimento mostra-se no fato de que os produtos mecanicamente diferenciados revelam-se, no final das contas, sempre os mesmos. Ou seja, a indústria cultural finalmente absolutiza a repetição.

Reduzida à imitação, a indústria cultural chegaria ao ponto de afastar como “risco inútil” aquilo que ainda não foi experimentado. Adorno (2002, p. 28) fixa que “é como se um poder onipresente houvesse examinado o material e estabelecido o catálogo oficial dos bens culturais que orna brevemente as séries disponíveis”. Quanto mais sólidas se tornam as posições da indústria cultural, tanto mais ela pode agir sobre os consumidores.

Nesses termos, Adorno (2002, p. 34) explica que essa tendência seria própria ao princípio da diversão. Se “divertir-se significa estar de acordo”, é aí que se revelaria, segundo o autor, o espaço de legitimação da indústria cultural. Quer dizer, a afinidade originária do negócio da diversão aparece no próprio significado deste: a apologia da sociedade e sua reprodução ideológica. Isso seria realizado pelo consumo massificado

¹⁰ É preciso destacar que quando se utiliza o termo “de massa” neste trabalho se faz tomando as considerações de Bolaño (1993, p. 25). O autor entende a informação “de massa” como informação “de classe”. Porque “massa” não seria outra coisa, senão uma abstração que mascara o elemento concreto da contradição de classes. O uso da expressão, no entanto, encontra sua utilidade e seu equivalente funcional quando destaca a homogeneização mais explícita com pouco ou nenhum processo de interatividade.

orientando comportamentos. Com efeito, as técnicas aparentemente “inocentes” em favor da diversão¹¹ é parte importante do “ciclo problemático do agradável”, fincado na imediatez cotidiana, na construção da realidade que infiltra na cabeça do consumidor e provoca sensações a favor ou contra determinados comportamentos, grupos e ideias que facilmente tornam-se posições acerca desses mesmos comportamentos, grupos e ideias. Trata-se da função propaganda da indústria cultural, no sentido de reproduzir a textura das relações sociais. Essa seria a estética “descomplexificada” prevalecente na indústria de massa que, nesse caso, elabora a oferta em função do público considerado como todo homogêneo em aparente neutralidade ideológica¹².

No tempo livre, a diversão seria, segundo Adorno (2002, p. 45) o prolongamento do trabalho sob o capitalismo. Ela é procurada pelos que querem se subtrair do trabalho mecanizado, para que estejam de novo em condições de enfrentá-lo. No tempo livre a função ideológica da indústria cultural ensina e infunde a condição em que a vida desumana pode ser tolerada. O indivíduo deve utilizar o seu desgosto geral como impulso para abandonar-se ao poder coletivo do qual está cansado.

Ao relacionar tempo livre e indústria cultural, Adorno (2002, p. 45) afirma que a liberdade no tempo livre seria organizada, coercitiva e dirigida como tempo de consumo. O exemplo da “cor obrigatória das férias” costuma ser emblemático. O autor ilustra que quando o funcionário retorna das férias sem ter obtido o bronzeamento, os colegas perguntarão mordazes: “mas não estava de férias?”. O fetichismo que medra do tempo

¹¹ Cita-se aqui uma discussão feita por Slavoj Žižek (2008, p. 56) sobre a “caixa de riso”: aquela que produz um som que emite risadas em situações que devam ser consideradas engraçadas nas comédias – uma atualização das carpideiras, pagas para chorar por algum parente rico do morto em velórios e enterros. Žižek afirma que quando, à tarde, chega em casa, exausto demais para se dedicar a uma atividade útil, simplesmente aperta o botão da TV e assiste “Cheers”, “Friends” ou outro seriado; “mesmo se eu não rir, mas olhar fixamente para a tela, cansado depois de um dia difícil de trabalho, eu não obstante me sinto reconfortado depois do programa – é como se a tela de TV estivesse literalmente rindo no meu lugar, em vez de mim... Antes de me acostumar com a ‘risada enlatada’, entretanto, há geralmente um breve período de desconforto: a primeira reação ao mecanismo é de choque, uma vez que é difícil aceitar que uma máquina em algum lugar possa ‘rir por mim’. No entanto, com o tempo, acostuma-se a isso e o fenômeno é sentido como sendo ‘natural’. É justamente isso que perturba tanto na ‘risada enlatada’: meus sentimentos mais profundos podem ser radicalmente exteriorizados, eu poso literalmente ‘rir e chorar através de outro’”.

¹² Segundo Fredric Jameson (1997, p. 34) as experiências estéticas também nos conduzem de volta à história – à história do capitalismo, do qual a obra emergiu, e à constelação de classes e racionalidade instrumental que é seu conteúdo semântico. Enquanto objetivação e parte principal do processo social geral (LUKÁCS, 1982, p. 34), a estética massificada descomplexificada presente na diversão, potencializaria uma despolitização profunda e completa, acabando por conceder legitimidade ideológica ao sujeito individualizado, fragmentado, disperso e a-histórico, escondendo as relações de classe e desviando a busca coletiva por mudança social.

livre estaria, portanto, sujeito a controles sociais suplementares. Que a indústria especializada contribua para isso é evidente, afirma. A própria ironia da expressão “negócio do tempo livre”, como o turismo e o esportes, são acionados e organizados em função do lucro. Nesses termos, também a “atividade supérflua” e “sem sentido” é socialmente integrada na racionalidade econômica.

Na mesma época e linha de análise adorniana sobre a mercantilização da cultura, Guy Debord teoriza sobre a “sociedade do espetáculo”. Para o autor (DEBORD, 2011, p. 26) o espetáculo não significaria outra coisa senão o sentido da prática total da formação econômica, o seu emprego no tempo, ou seja, o momento histórico que o contém. Isso é, o espetáculo seria subjacente à superprodução capitalista. Em outros termos, é através do fetichismo da mercadoria em sua categoria quantitativa de “sobrevivência aumentada” que o principal pressuposto do espetáculo seria a necessidade estrutural do capitalismo de escoar sua produção de mercadorias.

Como resume o próprio Debord (2011, p. 29)

O espetáculo é o momento em que a mercadoria chega à ocupação total da vida social. Tudo isso é perfeitamente visível com relação à mercadoria, pois nada mais se vê senão ela: o mundo visível é o seu mundo. A produção econômica moderna estende a sua ditadura extensiva e intensivamente. Até mesmo nos lugares menos industrializados, o seu reino já se faz presente com algumas mercadorias-vedetes, com a dominação imperialista comandando o desenvolvimento da produtividade.

A cultura seria, segundo Debord, a mercadoria-vedete da sociedade do espetáculo em que “o capital chega a um tal grau de acumulação que se torna imagem¹³” (DEBORD, 2011, p. 27). Nesse contexto, a alienação do espectador em proveito do objeto contemplado exprimir-se-ia assim: “quanto mais ele contempla, menos vive; quanto mais aceita reconhecer-se nas imagens dominantes da necessidade, menos ele compreende a sua própria existência e o seu próprio desejo” (DEBORD, 2011, p. 26).

¹³ Nessa ocasião, Debord (2011, p. 23) explica a exacerbação da informação visual na sociedade contemporânea, a partir da expansão das linguagens do cinema e da fotografia que “dão forma à representação”.

Com efeito, essa forma de reificação¹⁴ da prática social seria imprescindível à integração da ordem econômica.

Quer dizer, a coisificação da sociedade característica da sociedade do espetáculo, que reproduz a realidade pacificada e desprovida de conflitos, seria essencial para a acumulação do capital e a continuidade e perenidade da estrutura social vigente.

Dessa forma, é através da reificação que se promoveria a indução ao consumo ou a formação de sujeitos-consumidores, o que na tradição marxista ficou conhecido como “produção de necessidades”. É como se os produtos estivessem constantemente competindo com a possibilidade de sua própria ausência e precisassem realizar a dinâmica de pseudo-justificação.

Essa pseudo-justificação, por sua vez, estaria ligada à subordinação do valor de uso – aquele ligado às características sobretudo físicas e/ou técnicas do produto – ao valor de troca, na medida em que as condições de valorização e difusão dos produtos culturais dependem da sua “inovação” estética, através do *lay out*, da embalagem e de outros elementos ligados a esteticização do produto. Quer dizer, o valor de troca corresponderia à fabricação ininterrupta de pseudo-necessidades que, por sua vez, se reduzem à única necessidade de manutenção do capital.

Dentro da noção de centralidade da imagem e do *lay out* dos produtos, interessante destacar o recente movimento de “Identidade visual do som”. Através da arte conceitual (isso é, da superioridade da ideia veiculada) elabora-se a concepção que se quer ter vinculada ao músico e/ou banda na hora de formular o resultado visual para o álbum e/ou show. No primeiro caso, não só na capa (física), mas nos sites (como o *MySpace*) tem-se a importância do designer gráfico, por exemplo. Nos shows, alguns artistas tem transformado o palco em cinema, com a projeção de imagens, obras e/ou ilustrações durante a execução das músicas.

É sobre a “produção de necessidades” na formação do sujeito-consumidor, que o autor contemporâneo Slavoj Žižek (2009, p. 45), a partir da psicanálise, interpreta a

¹⁴ Giovanni Alves (2011, p. 47) explica que a categoria *reificação* diz respeito a esse “princípio que assim se impõe: o princípio da racionalização baseada no cálculo, na possibilidade de cálculo”. É o modo de organização do fetiche, isso é, da coisificação. Na verdade, ela é o próprio processo de racionalização formal que atinge as mais diversas esferas da sócio-reprodutibilidade capitalista.

sociedade moderna como sociedade do “Goza!”. Para ele seria essa a injunção superegótica que leva as pessoas a se sentirem culpadas por não estarem aproveitando suficientemente tudo que “a vida é capaz de lhe oferecer”. Nesse sentido, explica o autor que o preço a ser pago pelo “mal-estar” das mutilações cotidianas, de que falou Freud, assumiria a forma da busca pelo desejo, através da conversão do medo em prazer mediante técnicas de produção de êxtases, em que o sujeito se aliena na posição de objeto. Nessas circunstâncias, a nova subjetividade emergente é caracterizada exatamente pelo prazer como dever¹⁵. É também no mesmo sentido que, ao analisar a mundialização da cultura, Renato Ortiz (2003, p. 45) destaca a importância da “cultura de saídas” na “indústria da alegria”. Quer dizer, de um lado os que ficam em casa. De outro os que “aproveitam a vida”¹⁶.

Até aqui poder-se-ia problematizar a visão adorniana provavelmente condicionada aos aspectos “negativos” da mercantilização da cultura¹⁷. Entretanto, Mattelart (2012, p. 12) afirma que Adorno não pesquisou a situação concreta – o funcionamento da indústria cultural – mas os impactos da tecnologia e do valor de troca do conteúdo da arte. A presença do singular (a indústria cultural em lugar das indústrias culturais) suscita também uma interrogação. Qual é o sentido dessa redução? Mattelart (2012, p. 24) pontua que

Sem dúvida podemos responder que ela se origina na preocupação de generalidade, designando um ‘sistema’ e um movimento global de produção

¹⁵Žižek (2008, p. 45) afirma que se o encantamento não existe sem o tempo da lembrança, o gozo, por sua vez, reduzido ao gesto, consome-se instantaneamente, como energia calculada que se desprende do sistema, cujo ritmo frenético não pode dar tempo à reflexão. Entender a prática social reprodutiva do capital é, portanto, o momento decisivo de esclarecimento acerca de si próprio como racionalidade de manipulação que reflete a irracionalidade objetiva da sociedade.

¹⁶Fredric Jameson (1997, p. 33) afirma que o que é inautêntico nas ofertas da indústria cultural não são os vestígios da experiência dentro dela, mas, antes, a ideologia da felicidade que elas simultaneamente encarnam: a noção de que o prazer ou a felicidade (“entretenimento” seria sua síntese espúria) já existem, e estão à disposição do consumidor. A característica essencial dessa experiência estaria marcada na falta de profundidade e pelo excesso de superficialidade. Na mesma linha de análise, Türche (2010, p. 44) teoriza o que ele chamada de “sociedade excitada”, desde quando o espetacular passou a ditar o comportamento da sociedade anestesiada na “compulsão à emissão” que culmina em processo de “distração concentrada” sem precedentes. Trata-se da “filosofia da sensação” em que o valor estético constitui a parte principal desse movimento.

¹⁷Sobre o caráter provavelmente pessimista ou elitista dessas premissas, Emir Sader (2012, p. 3) analisa o desalento do ideal conservador de Adorno. Por outro lado, afirma Sader, seria contra-sensual, do ponto de legitimação, restaurar o sentido de algo “desagradável” no sol da alameda do *shopping center*... Para além das diversas críticas de que foram objeto as teses de Adorno e Horkheimer, Sader afirma que o que importa destacar é a tecnologia industrial e a ética do mercado que passa a ser aplicada, com as adequações exigidas, à produção de bens culturais, em processo de subordinação da cultura ao capital.

da cultura como mercadoria. No entanto, essa intencionada generalidade inscreve-se muito menos em uma análise concreta dos mecanismos do capitalismo atual que nos postulados filosóficos dos dois teóricos da Escola de Frankfurt. Ainda que exija a articulação da indústria cultural e do capitalismo, é menos pela preocupação de iluminar um momento do capitalismo que a título de demonstração da degradação do papel filosófico-existencial da cultura.

O efeito mais evidente dessa posição, para Mattelart (2012, p. 22) é que, paradoxalmente, para falar da produção industrial de bens culturais não é, em absoluto, necessário entender essa produção como conjunto diversificado e contraditório de fatores econômicos precisos que ocupam lugar determinado na atividade econômica. Da mesma forma, para falar das relações entre essa cultura e o poder não é necessário construir o modelo dessas relações que envolva, por exemplo, o tipo de institucionalização que essa produção implica. Dessas referências pouco extensas à economia e ao poder, Mattelart (2012, p. 28) chega a seguinte conclusão: “o autêntico objeto das análises de Horkheimer e de Adorno não é a indústria cultural mas seu suposto produto, a cultura de massas”. De fato, esse conceito é que, em última análise, parece suportar toda a reflexão e o de indústria cultural apenas surge para apontá-lo. Assim, “com o passar do tempo podemos perguntar se a tese de Horkheimer e Adorno não é abusivamente englobante”. A presença do mundo industrial de produção faz com que incluam sob a mesma perspectiva o rádio e o cinema, por exemplo. Cabe pensar que lhes interessa menos o efeito do capitalismo sobre a cultura que o fato de produzir industrialmente mercadoria cultural, afirma Mattelart.

Diante da ênfase na indústria de massa, portanto, não menos importante é o cuidado com o reducionismo. O fato de que a esfera cultural seja envolvida, preponderantemente, na lógica da produção de mercadorias, não exclui a possibilidade de algumas mercadorias, embora produzidas na indústria cultural, apresentem conteúdo crítico. Seja diante da conjuntura social na qual são produzidas, seja diante dos próprios meios utilizados para a sua reprodução. Isso significa que outros tipos de expressões culturais coexistem nesse contexto. Quer dizer, seria importante não conceber o campo cultural como todo harmonioso e homogêneo, pois ele estaria permeado de tensões.

Com efeito, György Lukács (2010, p. 43) explica que não há correspondência automática entre a lógica do capital e toda a produção e reprodução cultural. Jamais se

nega a relativa autonomia do desenvolvimento dos campos particulares da atividade humana. O autor nega apenas que seja possível compreender o desenvolvimento da arte com base exclusivamente, ou mesmo principalmente, em suas conexões imanentes. O cerne estruturador desse pensamento é a determinação recíproca das categorias que compõem o “complexo do ser social”. É a interação desses momentos que constituem a estrutura sobre a qual se move e que dinamiza o processo de socialização do homem. As esferas superestruturais da sociedade, longe de constituírem reflexo passivo, podem agir (ou retroagir) sobre a base material em maior ou menor grau, sempre, entretanto, no interior das “condições de possibilidade ou impedimentos” que essa lhe determina. (LUKÁCS, 2010, p. 56). Ou seja, na prática o sentido da palavra determinação é processo complexo e inter-relacionado¹⁸ de fixação de limites e existência de pressões¹⁹.

Em que pese a clarividência de Horkheimer e Adorno na análise dos fenômenos culturais, parece que os autores apenas descobriram um aspecto – certamente fundamental – da conjunção entre arte e tecnologia. Isso teria levado à concepção sobrevalorizada da arte como fermento revolucionário e lhes impediu de descobrir as perspectivas restantes dessa conjunção. Para se convencer disso, Mattelart (2012, p. 23) afirma que basta ler o texto de Walter Benjamin intitulado “A obra de arte na época de sua reprodutibilidade técnica”, anterior em mais de dez anos ao texto de Adorno.

Dentro dessa perspectiva de contraponto adorniano, Walter Benjamin (2010, p. 231), a partir da reflexão suscitada pelas técnicas de reprodução da obra de arte, pontua que seria equivocada unilateralizar ou subestimar o valor dessas mudanças provocadas pela técnica. Se antes a arte seria espécie de experiência religiosa a partir de três elementos: aura, valor cultural e autenticidade²⁰, a reprodutibilidade possibilitaria formas

¹⁸ A partir da utilização do método dialético, Lukács (2010, p. 34) afirma a unidade entre o absoluto e o relativo, no sentido de que a verdade absoluta possui os seus próprios elementos relativos, ligados ao tempo, ao lugar e às circunstâncias.

¹⁹ A respeito da imagem caricatural do método marxiano de análise que pretendem substituir o estudo concreto do processo histórico por concepções da história abstratas, o esclarecimento de Marx (2010, p. 13): “O materialismo vulgar parte para a conclusão, mecânica e errônea, distorcida e aberrante, de que entre base e superestrutura só existe um mero nexos causal, no qual o primeiro termo figura apenas como causa e o segundo aparece unicamente como efeito. Para o materialismo vulgar, a superestrutura é uma consequência mecânica, causal, do desenvolvimento das forças produtivas. O método dialético não admite semelhante relação. A dialética nega que possam existir, em qualquer parte do real, relações de causa e efeito puramente unívocas”.

²⁰ Benjamin (2010, p. 266) afirma que de um negativo em fotografia, por exemplo, pode-se tirar grande número de provas; seria absurdo perguntar qual delas é a autêntica. A ideia de autenticidade será desenvolvida na Segunda Parte deste trabalho.

de relacionamento entre sociedade e arte mais democrático. Nesse momento, gostar-se-ia apenas de destacar o valor cultural que faz das obras de arte algo mágico.

A reprodução técnica massificada, afirma Benjamin (2010, p. 268) permite, sobretudo, aproximar espectador e ouvinte. “O crescimento massivo do número de participantes transformou seu modo de participação. Que essa participação apareça inicialmente sob a forma depreciativa, é algo que não deve absolutamente enganar o observador do processo”. Com efeito, “poder-se-ia dizer, de modo geral, que as técnicas de reprodução destacam o projeto reproduzido do domínio da tradição” e provocaram a emancipação da obra de arte da existência parasitária que lhe era imposta por sua função ritual. Graças a esse fator, a obra de arte teria a possibilidade de assumir funções inteiramente novas, cujo exemplo emblemático seria seu papel revolucionário²¹.

Com efeito, ainda que tenham sido realizadas em momento histórico distinto do atual, as formulações teóricas frankfurtianas são ponto de referência incontornáveis para o debate sobre cultura e mercado no mundo contemporâneo.

Para discussão da atualidade²² do conceito de indústria cultural, Alexandre Vaz (2008, p. 200) enfatiza que as críticas pelas quais passou a indústria cultural levaram a espécie de metadiscorso, que admite pretensas “autocríticas”. Quer dizer, hoje haveria a predominância de “indústria da alegria”, mas a partir de “um hedonismo esclarecido”. Esclarecido porque a nova abordagem do consumo cultural se apropria do conceito crítico da indústria cultural como consumo alienado e massificado.

Diante disso, haveria a procura de ajuste dos produtos para grupo específico, no lugar de impor os mesmos produtos para todos. Grande sofisticação de indústria de massa contemporânea? É o que pensa Fredric Jameson (1997, p. 4). Para o autor, o “falso movimento” pode ser apreendido quando se percebe que o velho dever da cultura de massa – transformar os cidadãos em consumidores – é ainda predominante, mesmo

²¹ No epílogo do texto, quando da análise do fascismo, Benjamin (2010, p. 277) afirma que o fascismo pretende organizar as massas sem alterar o regime de propriedade. As massas têm o direito de exigir uma transformação do regime de propriedade. A resposta do comunismo, nesse âmbito, seria realizada através da politização da arte.

²² Trata-se de promover a mediação entre o arcabouço original da Teoria Crítica e a realidade do agora, respeitando a dialética que os envolve. O objetivo não é simplesmente “atualizar” a teoria, mas investigar a complexidade do efeito do tempo em um pensamento, tanto o que foi morto pelos anos, como aquilo que se tornou mais relevante hoje do que no momento inicial de sua elaboração.

que haja itens culturais de massa diferenciados. É imensa “desdeferenciação”, “se você não se importa com essa horrível palavra” (JAMESON, 1997, p. 2).

Nesse sentido, a produção cultural hoje seria muito mais “elaborada”, feita por profissionais cada vez mais especializados. Não obstante, a padronização ainda estaria presente em formas subliminares. Em primeiro lugar, o dado numérico não diz muita coisa se os quinhentos canais repetem padrões concorrentes, por exemplo, diferenciando-se apenas superficialmente. Em segundo lugar, e esse é o ponto mais importante, deve-se enfatizar que a superprodução da multiplicidade, ou seja, a “diversidade”, não é incompatível com a lógica atual de acumulação do capitalismo.

Na verdade, a preferência da “experiência autêntica” que leva à “lógica da distinção”, permite a standarização estética e/ou tecnológica muito importante do ponto de vista econômico (veja-se a distribuição de mesmo produto sobre diferentes suportes, como vinil ou CD²³, por exemplo, no caso da edição discográfica). Isso, com a ajuda dos institutos de pesquisa ligados ao setor publicitário, acabaria realizando o trabalho de segmentação do público²⁴.

²³ Mas o som do vinil é melhor do que o do CD? A resposta está na diferença das gravações analógicas e digitais. O disco de vinil utiliza a gravação analógica, enquanto CDs (e DVDs), a digital. O áudio original é, por definição, analógico. A gravação digital captura os dados analógico a uma velocidade maior. Isso significa que a gravação digital não captura o áudio em sua totalidade. Em vez disso, aproxima o resultado final o máximo que pode do original. As ondas sonoras de um disco de vinil podem ser muito mais precisas. Por outro lado, o aspecto negativo é que qualquer sinal de poeira ou de riscos pode prejudicar na reprodução.

²⁴ Essa ideia será desenvolvida no próximo capítulo quando da análise da Economia criativa.

Capítulo II

Economia e Cultura

1 Cultura: arte x indústria?

A partir da noção de indústria cultural teorizada por Theodor W. Adorno (2002) é possível discutir parâmetros para o conceito de cultura enquanto campo teórico. As concepções do autor apontam para distinção fundamental entre cultura ou mundo das ideias, de um lado; e civilização ou mundo da produção material, de outro. A relação entre cultura e lógica do mercado, para Adorno, tem impacto fundamental na natureza da cultura e anula a possibilidade de sua existência enquanto arte. Com efeito, a sublimação das obras de arte se traduziria na autonomia da experiência autêntica – o que seria improvável a partir do processo de subsunção da cultura ao capital, em que os indivíduos se tornam objetos da indústria cultural. Os pressupostos teóricos de Adorno, em última análise, dificultam a apreensão da cultura enquanto setor econômico e acabam por conferir sentido essencialista ao termo (isso é, arte enquanto arte) – por isso mesmo denominado de “pedestal da cultura” por seus principais contrapontos argumentativos.

Assim entendeu Walter Benjamin (2012, p. 27). Na técnica de reprodução, afirma o autor, o que seria atingido na obra de arte seria a sua aura²⁵, já que junto às transformações técnicas estaria a possibilidade de expansão do acesso à obra de arte. Ou seja, a multiplicação do que é único, dado através da reprodução, rompe com as restrições dos pequenos ciclos e grupos, ganhando dimensão social mais ampliada. Os processos de reprodutibilidade técnica e de mercantilização da cultura, portanto, são acompanhados de novas direções e inovações, no sentido de possibilitar potenciais instrumentos de renovação das estruturas sociais.

²⁵ Segundo Benjamin (2010, p. 25), antes da reprodutibilidade técnica, a experiência do público com a obra de arte era única e condicionada pelo que ele chama de aura, isto é, pela distância e reverência a cada obra de arte. Primeiro — nas sociedades tradicionais ou pré-modernas — pelo modo como vinha associada ao ritual ou à experiência religiosa; depois — com o advento da sociedade moderna burguesa — pelo seu valor de distinção social, contribuindo para colocar em plano à parte aqueles que poderiam ascender à obra autêntica.

É a partir desses contrapontos adornianos sobre as consequências sociais positivas da indústria cultural, que se começa a considerar os bens culturais e artísticos como geradores de benefícios em matéria de serviço público, bem como elemento de transformação urbana e econômica das cidades – sobretudo, as cidades européias que se encontravam em degradação “pós-industrial” na década de 1970 e 1980. É então que as oposições natureza x cultura / cultura x civilização são absorvidas por conceito aporético de cultura, em que as noções de autonomia e de aura restariam superadas.

Para Fredric Jameson (1997, p. 32), a maneira de certos teóricos caracterizar a situação atual é considerando a expansão da cultura por todo o domínio da sociedade, até o ponto em que tudo na vida social - do valor econômico e do poder do Estado às práticas e à própria estrutura da psique - pode ser considerado como cultural, em sentido original que não foi, até agora, teorizado.

Na verdade, se a noção de “arte pela arte” estiver ultrapassada; o movimento de “culturalização” do mundo²⁶ no qual tudo envolve cultura indica a necessidade de estabelecimento de parâmetros teóricos sob os quais seja possível pensar em algum ponto de vista sob o qual trabalhar a cultura. Diante disso, os estudos sobre o setor cultural podem começar por delimitar o seu campo de pesquisa. A opção metodológica deste trabalho se insere, desde logo, não na cultura no sentido essencialista do termo, mas a partir de suas relações econômicas. Em outras palavras, para fins deste trabalho, não interessa discutir a legitimidade artística dos produtos da indústria cultural, tal qual a crítica de Adorno; tampouco, em outro extremo, considerar o conceito antropológico da cultura²⁷. A ênfase está na Economia da cultura e da comunicação, centrada nos processos de produção, distribuição e consumo dos bens culturais.

São várias as orientações teórico-metodológicas que se debruçam sobre o tema da Economia da cultura e da comunicação, cada uma delas destacando sua própria perspectiva analítica. Segundo Ramón Zallo (1988, p. 11), a economia aplicada, nesse

²⁶ Armand Mattelart (2006, p. 160) explica o culto da cultura através do movimento de culturalização do social. Quer dizer, se trata de maneira cultural ou problemas que não se quer abordar do ponto de vista político. A cultura se converteria, segundo o autor, no “neutro”, ou uma “bolsa” para onde vão os problemas que sobram e a sociedade não sabe tratar. E ficariam ali, separados de seus vínculos estruturais.

²⁷ Morelli (2009, p. 36) explica que o conceito antropológico de cultura não se restringe a um conjunto finito de atividades, referindo-se antes à totalidade das representações e das práticas sociais concretas existentes no interior de um determinado grupo humano.

caso, ampliaria a assimilação da cultura enquanto complexo econômico – o que por si só já seria pertinente. Mas, por outro lado, a imbricação cultura e economia teria herdado formulações que nem sempre são operativas do ponto de vista da especificidade. Em outros termos, nem toda Economia da cultura vai conseguir apreender as particularidades da indústria cultural e de seus processos de valorização. Para esclarecer sua teoria, o autor sistematiza os principais enfoques sob os quais pendem o estudo da Economia da cultura.

O primeiro enfoque, segundo Zallo (1988, p. 13), estaria no uso do termo “Meio de comunicação de massa”. Procedente da sociologia funcionalista estadunidense da Escola de Investigação da Comunicação de Massa, essa corrente faz referência descritiva a uma das formas da comunicação, cujo acento particular está no efeito subordinado do sujeito receptor. Segundo o autor, embora essa corrente possa ser tomada como ponto de partida para análise econômica, dentre os principais problemas do tratamento quantitativo estaria a ausência de análise sobre as contradições sociais, agentes e estruturas que geram fluxos informativos desiguais.

O segundo enfoque da Economia da cultura e da comunicação, explica Zallo (1988, p. 14), é refletido na teorização da chamada sociedade da informação como sociedade pós-industrial. O autor pontua que, em tal enfoque fundamentado nas “ideologias tecnologistas”, a técnica converter-se-ia em recurso estratégico de transformação da sociedade, enquanto força autônoma do progresso social. As críticas a essa corrente, feitas também pelo próprio Zallo, afirmam tratar-se de publicidade da ideologia e dos interesses do capital das indústrias eletrônicas, informáticas e de telecomunicações. Porque o que a nova ideologia tecnologista esquece, afirma, é que as novas tecnologias se convertem em recursos chave para reforçar e reorganizar as dependências internacionais através do mercado, com o que se amplia a capacidade de definir os sistemas econômicos e sociais através das grandes multinacionais.

O terceiro enfoque seria a perspectiva fundamentalmente sociológica que observa a relação entre tecnologia, modo de produção, valorização e uso social das mercadorias culturais. Zallo (1988, p. 22) afirma que essa corrente se encontra muito bem representada por Armand Mattelart a partir da evolução dos sistemas de comunicação e informação como sistema global de organização do poder, atentando para o fato de que

não haveria cultura sem mediação. Dessa perspectiva, as indústrias culturais estariam relacionadas, sobretudo, às leis de desenvolvimento do capital.

Por último, a ênfase da Economia cultura e da comunicação recairia nas indústrias culturais. Estabelecida a relação entre cultura e ócio, através do entretenimento, a economia funcionaria como instrumental para eficiência do mercado de consumo.

A situação da diversidade de enfoques indica que, mesmo se tratando de perspectiva econômica, o embate nesse campo de forças assimétricas seria, basicamente, o enfrentamento entre a noção de cultura como serviço ofertado ao público e outra entendida como bem público comum. O saldo atual que informa a Economia da cultura estaria respaldado na cultura enquanto serviço ofertado no mercado global das indústrias culturais (fundada sobre o postulado de que existiria demanda autônoma) – perspectiva que compactua com a ideia neoliberal de reestruturação do capitalismo, conforme será visto mais adiante.

Acontece que, partindo das considerações de Ramón Zallo (1988, p. 23), as indústrias culturais teriam características específicas que, tomadas em conjunto, as diferenciam de outros ramos. Essa perspectiva de setor industrial peculiar deriva, segundo o autor, em primeiro lugar, da natureza do trabalho e dos processos de trabalho e, em segundo lugar, da natureza da produção, que dá lugar a peculiares formas de rentabilidade do capital. Sinteticamente, tomadas em seu conjunto, as indústrias culturais têm as seguintes características gerais: trabalho criativo, renovação contínua e aleatoriedade de realização mercantil.

Zallo (1988, p. 24) explica que o trabalho criativo, em prejuízo de outros trabalhos necessários, qualificados ou não, é imprescindível para produção cultural, ainda quando se utiliza técnicas artesanais ou industriais. Sua tarefa é gerar produção simbólica. Já a aleatoriedade é a regra geral estrutural da circulação das mercadorias culturais no modo de produção capitalista, dada a incerteza da transformação do trabalho em mercadoria com valor de troca mensurável. Quanto à formação do valor nas indústrias culturais, o autor enfatiza que a produção cultural, sem escapar da lei geral de produção capitalista, subsiste em condições de valoração muito incertas. Seu processo de produção engloba dois momentos: processo de produção e processo de produção de valor. Dito de outro modo: processo de trabalho para a criação do produto e processo de valorização do

capital. Esse segundo momento seria realizado através dos institutos jurídicos que asseguram os mecanismos do direito autoral e conexos.

Por um lado, o prisma da Economia da cultura, enquanto indústria cultural orientada para a eficiência do mercado, proporciona o movimento de gerenciamento, perspectiva que não era característica nem da “arte em si”, nem da cultura no sentido antropológico. Enquanto reserva disponível para produção e reprodução do capital, a conveniência da cultura tem demandado investimento teórico, pesquisas e debates no sentido do estabelecimento de genealogia que dê conta dessa transformação da cultura em recurso (os parâmetros teóricos e institucionais para o campo da Economia da cultura começam a ser delineados adiante). Por outro lado, o enfoque na Economia da cultura enquanto relação entre tecnologia, modo de produção e valorização seria apropriado para entender as relações de apropriação do capital em cada ramo particular, em especial na indústria fonográfica.

2 Economia da cultura: Estado / capital

2.1 O modelo neoliberal

Se a atitude “antieconômica” e essencialista – que apontava para a distinção adorniana entre cultura e mundo da produção material – já fez parte da noção de cultura, seu modo de funcionamento contemporâneo se caracteriza pelo predomínio do “comercial”, como elemento de crescimento econômico. Enquanto serviço ofertado no mercado global, a “economização” da cultura tem demandado a atenção de instituições governamentais, agências internacionais, bancos de desenvolvimento e organizações não-governamentais. O setor, tradicionalmente visto como notório tomador de recursos, mostra agora altos níveis de rentabilidade e incremento de demanda. Surgem os conceitos de Economia da cultura²⁸ e Economia criativa. Projeta-se a potencialidade econômica do setor. A cultura é então encarada na perspectiva do “bom negócio”.

²⁸ Ana Carla Reis (2007, p. 25) explica que a Economia da cultura utiliza-se do uso da lógica e metodologia econômica no campo cultural. A economia passa assim a ser instrumental, emprestando os seus alicerces de planejamento, eficácia, estudo do comportamento humano e dos agentes de mercado

Desperta interesse considerável a noção de que, longe de ser periférica ao desenvolvimento econômico, a cultura é inextrincável e central a ele²⁹. Acontece que a relação entre economia e cultura, que se tem a partir da década de 1980, difunde sentido do termo que, ao mesmo tempo em que entende o setor sob a perspectiva econômica, também serve para justificar a paulatina privatização da esfera cultura que se vê obrigada a introduzir novos modelos de funcionamento e novas identidades laborais – como a figura do empreendedor cultural. Embora tenha havido outras perspectivas acerca da Economia da comunicação e da cultura, o enfoque acentuado é aquele preponderantemente mercadológico que Zallo (1988) especifica no início deste capítulo enquanto indústrias culturais.

Chin-Tao Wu (2006, p. 42) explica a atualidade da convicção crescente quanto à universalidade e à valorização da cultura através da dinâmica que procura encontrar territórios e consumidores potenciais do excedente de imagens e de artefatos gerados por sociedades centrais e unitárias³⁰. Partindo dessa premissa, a autora investiga a privatização da arte e da cultura, desde a intervenção corporativa de 1980³¹ na Grã-Bretanha e nos Estados Unidos.

para reforçar a coerência e a consecução dos objetivos traçados em termos de “produção”, ou seja, de investimentos a ser feito por setor da economia de forte atratividade, o setor de bens culturais e de entretenimento. Para isso, a economia analisa as relações de oferta, distribuição e demanda culturais, identifica as falhas de mercado, mapeia as restrições, sinaliza caminhos possíveis para o seu desenvolvimento e sugere ações a serem tomadas para que distorções sejam corrigidas. Nesse âmbito, a autora chama a atenção no sentido de que a economia da cultura não se trata apenas de gestão para o mercado, mas de administração para qualquer que seja o fim pré-determinado.

²⁹ Nem sempre foi assim. Historicamente os economistas têm dedicado pouca atenção ao papel da cultura nos resultados econômicos dos países. Ana Carla Reis (2007, p. 22) explica que, em meados do século XVIII e seguindo pelo início do século XIX, dois dos maiores expoentes da economia clássica, Adam Smith e David Ricardo, consideravam as artes atividades economicamente improdutivas. Embora não lhes negasse o valor simbólico e social, os gastos realizados com a aquisição de artes eram tidos como desvios de recursos que poderiam ser empregados em setores produtivos da economia. A distinção entre atividades produtivas e improdutivas em relação às artes só foi problematizada com a teoria neoclássica quando John Maynard Keynes defendeu que o valor do bem deve ser traduzido em termos de utilidade que proporciona a quem o adquire.

³⁰ Daí que a institucionalização da cultura se dá no final da Segunda Guerra Mundial a partir do sistema das Nações Unidas, que adota as perspectivas estadunidenses sobre o livre fluxo das informações e produtos culturais. Nesse contexto, a Internacional Situacionista (1977, p. 1), em 1960, foi um manifesto que questionou a Unesco: “O objetivo mais urgente que estabelecemos a tal organização, no momento em que deixa o estágio inicial experimental para uma primeira campanha pública, é a tomada da UNESCO. A burocratização, unificada em escala mundial, da arte e de toda a cultura é um fenômeno novo que expressa o profundo parentesco dos sistemas sociais coexistentes no mundo [...]. A resposta dos artistas revolucionários a estas novas condições deve ser um novo tipo de ação. [...] Quais deverão ser os principais caracteres da nova cultura [...]?”

³¹ Wu (2006, p. 49) explica que, ainda que o engajamento corporativo nas artes e na cultura seja obviamente anterior aos anos 1980, foi nessa década, mais do que em qualquer outra, que se viu a utilização do poder do dinheiro corporativo na participação ativa da arena cultural e a submissão da

Considerando que as corporações não são conceitos abstratos, mas instituições comerciais comandadas por homens (e algumas mulheres) com traços e aspirações sociais característicos, a entrada das companhias na arena cultural só se tornou possível graças a, primeiro, substancial acumulação de capital econômico; segundo, forte aparato de governabilidade. Wu (2006, P. 58) relata que depois da chegada de Ronald Reagan³² e Margaret Thatcher³³ ao poder, em 1981 e 1979, respectivamente, os dois conduziram seus mandatos sob a dupla bandeira da redução dos gastos públicos e da expansão do setor privado, o que se estendeu à vida cultural dos dois países. Os cortes orçamentários vieram juntos com incentivos fiscais e influência política suficientes para atrair dinheiro privado para essa área.

As palavras-chave do *thatcherismo* e do *reaganismo* – competência empreendedora e sagacidade empresarial – estabeleceram os modelos a ser seguidos e tornaram-se os paradigmas de empreendedorismo cultural contemporâneo, em que a cultura passou a funcionar como moeda simbólica para as corporações. Como meio de distinção social e instrumento de realce da imagem *cool*, o envolvimento das grandes corporações no mundo cultural, que começou com gestão estadunidense e a britânica, hoje é considerado “tendência” em outros países, como na América do Sul³⁴.

cultura ao processo de privatização. Nunca antes, afirma a autora, o mundo corporativo estadunidense e britânico impôs com tanta intensidade seu poder sobre a cultura, na qual o envolvimento das empresas sempre foi considerado inadequado. As formas de estratégias ou de relações públicas, ou ainda, para usar o jargão da cultura corporativa, o “nicho de marketing”, seria a forma de ganhar *entrée* em grupo social mais “sofisticado” pela identificação com seus gostos específicos. É nesse espaço de interesse que a busca do capital cultural assume a sua forma mais transparente e às vezes mais politicamente pernicioso.

³² Wu (2006, p. 53) relata que Reagan criou a “Força-tarefa presidencial para as artes e humanidades”, limitando o debate sobre o financiamento público e recomendando formas de aumentar apoio do setor privado o setor. Embora a Força-tarefa possuísse equipe pequena e orçamento modesto, seu significado e seu poder político não devem ser procurados em sua estrutura formal, mas no simples fato de, por ser comitê presidencial, ter acesso direto aos atores políticos da Casa Branca, e não mero apêndice externo do governo. O fato é que o papel do governo em relação às artes foi redefinido pela ideologia de Reagan. O governo agia como captador de recursos, e não como financiador, e a agência federal responsável pelas artes, o National Endowment for the Arts (NEA), foi efetivamente substituída pela aura pessoal do presidente a afastada da arena do debate aberto democrático.

³³ Na Grã-Bretanha, Wu (2006, p. 53) afirma que Margaret Thatcher reduziu em quase 5 milhões de libras o orçamento total de 63 milhões de libras destinado à cultura e a arte. O poder simbólico das instituições estatais, como o *Arts Council*, também foi mobilizado para validar o poder corporativo. Apesar de todo o discurso de apoio às artes, o *Arts Council* colaborou de modo estreito com as empresas. Os patrocínios empresariais foram apresentados regularmente em várias publicações. Os empresários eram convidados a expor suas opiniões sobre empresas e artes nos relatórios anuais. O espaço que antes era usado para registrar as atividades da agência pública britânica de artes tornou-se “corporativizado”, fórum em que os empresários defendiam a ideologia empresarial.

³⁴ Armand Mattelart (2006, p. 76) analisa o que chama de “sociologia da modernização” nesse campo (fruto, sobretudo, da investigação administrativa acumuladas pelas Universidades dos EUA) que acabaria construindo os modelos de políticas culturais atuais dos países da América Latina e influenciaria, ainda, a

Proliferam-se os centros culturais mantidos por entidades financeiras³⁵. A influência corporativa atualmente abrange todas as fases: produção, disseminação e recepção da cultura.

No âmbito da música, a influência empresarial pode ser destacada desde os editais até os prêmios de destaque. O programa Rumos do Itaú Cultural 2012, por exemplo, especifica os fonogramas que devem concorrer nas categorias (no caso, Pequenas Peças para Violoncelo, de Rogério Duprat nº 1; e Só Esperança Ficou, de Elpídio dos Santos). O edital (ITAÚ, 2012) estipula, ainda, que o artista ou grupo selecionado ganhará participação em apresentação a ser promovida pelo próprio Itaú Cultural, além da possibilidade de difusão das gravações na grande mídia, dentre elas, a TV. Em contrapartida, os participantes contemplados autorizam o Itaú Cultural a registrar e utilizar suas imagens e currículos, para exibição em mídia impressa e eletrônica, em materiais institucionais e internet, do Programa Itaú Cultural. Por último, o edital prevê que a utilização dessa imagem não tem limitação temporal ou numérica e é válida para o Brasil e exterior, sem que seja devida nenhuma remuneração, a qualquer título.

Quanto aos prêmios de destaque da música, também se confirma a presença corporativa. Ressalta-se o “Prêmio da música brasileira”. O projeto se destaca, desde sua criação, pelo apoio/patrocínio de nomes como Sharp, TIM e revista Caras. A partir de 2012, o Prêmio carrega a imagem da Vale do Rio Doce. Outros podem ser citados, dentre eles o “Prêmio Shell de música”; e o “Prêmio *Multishow* de música brasileira”, vinculada às organizações Globo.

O fato é que o envolvimento do setor corporativo nas questões culturais é aproveitado tanto para estratégia de rentabilização financeira, quanto para marketing da responsabilidade sociocultural. Na verdade, a partir da “cultura da crise” com a virada do século XXI, o capitalismo ético aponta para a evangelização do “cada um deve fazer a sua parte”. Quer dizer, a partir da ideia de que se estaria vivendo crise conjuntural

geopolítica e a diplomacia cultural, sob os auspícios de um paradigma de futuro, sob a fórmula de sociedade da informação ou equivalente.

³⁵ Para Ana Carla Reis (2007, p. 67), quem já trabalhou no setor, não há mal em si nisso. Ainda que a transmutação dos problemas em questão social/cultural obscureça responsabilidades do Estado diante da lógica da distribuição do capital, por outro lado, requer envolvimento mais complexo do que a estante posição de ser “contra” a situação. O que acontece é que há, sim, diferentes formas de participação das empresas no mercado cultural. A autora classifica diferentes lógicas corporativas de atuação na questão social/cultural: filantropa, oportunista, comercial e desenvolvedora.

econômica e social, a concepção neoliberal alega ser o Estado máquina incapacitada para lidar com as múltiplas dimensões da rede econômica global e aposta na “solução” da parceria público-privada. O que ocorre com a “questão sociocultural”, enquanto território mais intensamente habitado pelo empresariado, é a superação da dimensão “problema social” para tornar-se, claramente, campo de disputa entre empresas, de marketing e de estratégia comercial. Para esse modelo, o problema acontece quando a sinergia Estado/Capital alcança complexidade tal que poderia caminhar na arriscada direção de descomprometimento do Estado.

Nesse sentido, Clarissa Diniz (2011) explica que a cultura é tida como força que corrobora para a esquizofrenia do capitalismo atual, já que a lógica da legislação pode, no caso brasileiro, permitir que a empresa abata mais do imposto devido do que seu próprio investimento em cultura. Explica a autora (DINIZ, 2011, p. 38):

Com base também nas suas ações de ‘contribuição social e cultural’, a marca do Itaú S.A consolidou-se em 2011 como a mais valiosa do Brasil, num total de R\$ 24,3 bilhões, enquanto, no ano de 2010 investiu de recursos próprios R\$ 59.266.000,00 (59 milhões) em cultura, o equivalente a 0,11% de sua receita líquida naquele ano. Não é diretamente, senão através, de tributação, como por meio da Lei Rouanet, que o Itaú S.A investe significativamente na ‘questão social’ havendo, em 2010, investido R\$ 10.299.997.000,00 (10 bilhões) para todas as áreas das contribuições sociais, o equivalente a 19,10% de sua receita líquida. Considerando os 0,11% de investimento direto em cultura da corporação naquele ano, pergunto-me o quanto, por sua vez, não deve ter colaborado a cultura (e, portanto, a arte) para construir, através dos 19,10% de investimento via tributação, para o atual valor bilionário da marca, 18% superior ao de 2010. Restringindo-me a ficar em um dos braços das atividades culturais e sociais do conglomerado, somente no Itaú Cultural foram investidos, através da Lei Rouanet R\$ 26,978 milhões (segundo informações cedidas pela instituição, outros R\$ 17,836 milhões foram investidos diretamente pelo Itaú Unibanco), havendo sido realizadas, em 2010, 456 atividades, recebidos quase 300.000 visitantes, distribuídos 25.673 produtos culturais e assinados contratos com 111 TVs.

É a partir dessa perspectiva da gestão neoliberal da cultural que as Leis Federais de Incentivos Fiscais (também chamado de gestão indireta da cultura) – representada principalmente pela Lei Rouanet³⁶ e pela Lei do Audiovisual, além de toda mudança

³⁶ A lei 8.313/1991 (Lei Rouanet), de alçada federal, é a lei que institui o Programa Nacional de Apoio à Cultura (PRONAC), cuja finalidade é a captação e canalização de recursos financeiros para os diversos setores culturais. Entre as formas de financiamento do PRONAC (Fundo Nacional de Cultura – FNC; Mecenato e Fundos de Investimento Cultural e Artístico – FICART), destaca-se o mecenato. Nesse caso, o incentivo se concretiza por benefícios fiscais ao imposto de renda devido, tanto no caso de pessoa física quanto jurídica. Segundo a lei, pessoas físicas ou jurídicas, podem patrocinar um projeto cultural (com permissão de promoção e publicidade do incentivador), caso em que se permite a dedução de até 100% do

que endossa a participação da iniciativa privada – são entendidas por muitos críticos como a sofisticação do clientelismo através da rubrica do “mérito artístico”, já que projeto cultural a ser beneficiado depende de ajustes que justifiquem a sua seleção. Esse movimento de retração do Estado e avanço da iniciativa privada pode ser percebido nas cifras que começam a ser sistematizadas. Embora o segmento cultural na economia brasileira seja bastante representativo, isso não muda o orçamento público destinado à área, via Ministério da Cultura (MinC), que é bem reduzido³⁷.

Na produção musical, enquanto o Estado prescinde de sua atuação direta para descentralizar e democratizar os projetos culturais, a Lei Rouanet, pela lógica do mercado, centraliza os recursos nos principais centros do país³⁸, além de promover investimento bastante criticados, como ocorreu no Rock in Rio 2011, enquadrado como projeto de “música popular” e cuja produção o MinC autorizou a destinação de R\$ 12,3 milhões³⁹. Tal situação indica que quando o Estado se retrai naquilo que é em favor de interesses públicos, avançam interesses de mercado, que, em síntese, são corporativos e privados e, portanto, de benefício restrito.

2.2 Institucionalização e discurso do novo-desenvolvimentismo

valor do patrocínio, sempre respeitados os limites do imposto devido ao incentivador, ou seja, de 4% ou 6% para pessoa jurídica ou física respectivamente. Para tanto deve-se preencher série de requisitos previstos em lei, dentre eles que o seu projeto seja aprovado junto ao MinC.

³⁷ Segundo o IBGE (2007, p. 28), entre os anos 2003-2005, os resultados relativos aos gastos governamentais, consolidados nas três esferas de governo, representam aproximadamente 0,2% do total das despesas consolidadas da administração pública, para o ano de 2005, com variação de 0,01 passando de 0,19% em 2003 para 0,20% em 2005. Cabe ressaltar que os dados coletados são referentes apenas às despesas orçamentárias (Orçamento fiscal e da seguridade social), não sendo incluídos os dados referentes aos incentivos fiscais concedidos a empresas que investem em projetos culturais.

³⁸ Segundo o MinC (2012, p. 2), em 2010, 78% do volume de dinheiro aprovado pelo MinC para captação referiam-se a projetos da região Sudeste. Apenas São Paulo ficou com 39% do total. Nos valores efetivamente captados, os percentuais são parecidos. O Sudeste ficou com R\$ 873 milhões, do total de R\$ 1,12 bilhão que a Lei Rouanet movimentou em 2011.

³⁹ Alana Rizzo (2011, p. 1) relata que o projeto do *Rock in Rio* foi alvo de diligências desde agosto de 2011. A equipe técnica da pasta encontrou irregularidades no projeto inicial, apresentado pela empresa Dream Factory Comunicação e Eventos Ltda. No entanto, a captação de R\$ 4,5 milhões foi autorizada em 29 de outubro do ano passado. Os produtores conseguiram apoio de quatro companhias privadas, além da Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos, um dos maiores contribuintes, com R\$ 1,2 milhão. Na Comissão Nacional de Incentivo à Cultura (CNIC), o parecer ressaltava outra irregularidade já apontada pelo TCU: a de que os projetos não apresentavam informações suficientes sobre a proposta. A CNIC apontava que grande parte do orçamento estava destinado à estrutura do evento, incluindo lojas, bares, restaurantes e entretenimento, e não às atividades culturais. Os conselheiros também alertaram que a proposta não apresentava todos os custos do *Rock in Rio* e incluía despesas proibidas como passagens de primeira classe e refeições para pessoas que não estavam diretamente ligadas à produção do evento.

Junto à dinâmica neoliberal na área cultural, observa-se a expansão discursiva do setor como “fator de desenvolvimento”. Organizações internacionais multilaterais do porte das agências que compõem o Sistema das Nações Unidas – principalmente a Conferência das Nações Unidas para o Comércio e o Desenvolvimento (UNCTAD), o Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD) e a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO) – têm elaborado documentos, acionados programas, reunido estatísticas e organizado eventos que apontam para a incorporação da cultura e da criatividade às suas estratégias político-institucionais.

Embora a noção de Economia da cultura seja passível de discussões quanto à nomenclatura adotada, Ana Carla Reis (2007, p. 62) afirma que, em regra, o sentido perfilhado até então nas instituições tem sido aquele definido na UNESCO, em 2001. O termo indústria cultural foi utilizado para se referir às atividades que

Combinavam a criação, a produção e a comercialização de conteúdos que são intangíveis e culturais em sua natureza, os quais **estão protegidos pelo Direito autoral** (grifo nosso) e podem tomar a forma de bens e serviços. São indústrias intensivas de trabalho e conhecimento e que estimulam a criatividade e incentivam a inovação dos processos de produção e comercialização.

Respalhando-se no conceito de Economia da cultura e vinculando o tecnológico aos setores orientados para serviços, surge também o conceito de Economia criativa ou indústrias criativas⁴⁰. Diferente do que ocorria com a indústria cultural, as indústrias criativas não se restringem apenas à produção e distribuição dos produtos massivos, mas (a partir do conceito da crítica da indústria cultural enquanto consumo alienado e massificado) procuram, sobretudo, materializar a “lógica da distinção”. Isso seria realizado através dos diversos formatos de produção e distribuição. Não se limitando ao cinema, à televisão, ao teatro, à música, à dança, aos museus e à indústria do livro, a indústria criativa envolve, ainda, atividades como a moda, o design, os *softwares* de lazer e os jogos de computadores. Na verdade, confecções econômicas ligadas,

⁴⁰ Segundo Ana Fonseca Reis (2007, p. 72), ainda que o conceito de indústrias criativas seja normalmente associado ao Reino Unido, ele tem suas origens na política de “Nação Criativa” da Austrália, proposta em 1994. Entre outros elementos, a política defendia a importância do trabalho criativo, sua contribuição para a economia do país e o papel da tecnologia como aliada à cultura.

sobretudo, às novas tecnologias, cuja potência de geração de valor está atrelada também aos parâmetros legais, nacionais e internacionais, do direito autoral⁴¹.

No âmbito da música, a indústria criativa tem pertinência quando da análise das novas formas de rentabilização da indústria fonográfica na “nova era do acesso”. Esse tópico será desenvolvido na Segunda Parte deste trabalho. Contudo, cumpre adiantar que a Economia criativa abrange, por exemplo, a venda de arquivos digitais (como o MP3, os *ringtones*, as assinaturas de *streamings*, os licenciamento de músicas que são veiculadas nas redes sociais – como o *MySpace* e o *Youtube* – e a sincronização de *games*), além de novos modelos de negócio, envolvendo, por exemplo, o *merchandising* e a “venda de música embarcada”, através do comércio interempresas.

Com efeito, a aproximação entre direitos autorais nos produtos culturais e criativos e desenvolvimento tem como principal protagonista o Banco Mundial (BM). Por um lado, a conferência sobre cultura e desenvolvimento celebrada na África em 1992, e, por outro, a conferência que o BM celebrou junto a UNESCO: *Culture Counts – Financing, Resources, and the Economics of Culture in Sustainable Development*. Percebe-se que a imbricação da cultura e desenvolvimento se dá através da geração de propriedade intelectual, embora isso não se dê sem contradições e sofisticação discursiva, já que, de forma geral, todos os discursos institucionais, ao mesmo tempo em que garantem o direito autoral, orientam as políticas culturais para o processo de democratização de acesso aos bens que materializariam o direito à cultura. O resultado desse jogo de forças poderá ser analisado na Segunda Parte deste trabalho.

É certo que os principais documentos internacionais sobre direitos humanos já fazem menção aos direitos culturais. A Declaração Universal dos Direitos Humanos (1948) em seu artigo 27 expressa que toda pessoa tem direito a tomar parte livremente da vida cultural da comunidade, gozar dos progressos artísticos e científicos que dela

⁴¹ Ana Carla Fonseca Reis (2007, p. 79) relata que associação entre potencial criativo da nação e geração de direitos autorais levou o governo britânico a dar importância ao tema. Em 1997, Tony Blair criou a Força-Tarefa das Indústrias Criativas, um fórum que congregou os diversos departamentos de governo e empresários para discutirem em conjunto a política de desenvolvimento necessária para impulsionar o setor. Um dos primeiros trabalhos da força-tarefa britânica foi moldar a definição de indústrias criativas. Identificados 13 setores (propaganda, arquitetura, mercados de arte e antiguidades, artesanato, design, moda, filme e vídeo, software de lazer, artes performáticas, edição, jogos computador, televisão e rádio), as indústrias criativas foram entendidas como “aquelas que têm sua origem na criatividade, habilidade e talento individuais e que têm potencial para a criação de renda e empregos por meio da geração e exportação **da propriedade intelectual** (grifo nosso)”.

resultem, enquanto o Estado deve tomar parte para alcançar esses objetivos. O Pacto Internacional dos Direitos econômicos, sociais e culturais (1966) prevê que o ideal do “ser humano livre” não pode ser realizado a menos que se criem as condições que permitam a cada um gozar de seus direitos culturais. A Convenção Americana sobre Direitos Humanos (1969) considera a estreita relação que existe entre a vigência dos direitos econômicos, sociais e culturais e a dos direitos civis e políticos, porquanto as diferentes categorias de direito constituem o todo indissolúvel que encontra sua base no reconhecimento da dignidade da pessoa humana, pelo qual exigem tutela e promoção permanente. A Declaração do Direito ao Desenvolvimento (1986) reconhece que o desenvolvimento é processo econômico, social, cultural e político abrangente, que visa o constante incremento do bem-estar de toda a população e de todos os indivíduos com base em sua participação ativa, livre e significativa no desenvolvimento e na distribuição justa dos benefícios daí resultantes.

Desde então, outros tantos documentos foram e estão sendo elaborados no sentido de vincular cultura a desenvolvimento⁴². A Declaração Universal Sobre a Diversidade Cultural (2002) afirma o princípio da diversidade cultural enquanto fator de desenvolvimento, entendido não apenas em termos de crescimento econômico, mas também como “meio de acesso a uma existência intelectual, afetiva, moral e espiritual satisfatória”. A Convenção sobre Proteção e Promoção da Diversidade das Expressões Culturais (2005) foi o estopim do debate que ressaltou o papel transversal da cultura na economia e no desenvolvimento social. Ciente de que a diversidade cultural se fortalece mediante a livre circulação de idéias e se nutre das trocas constantes e da interação entre culturas, a Convenção propôs a não submissão dos produtos e serviços culturais às regras da Organização Mundial do Comércio (OMC).

⁴² Em 1982, no México, a UNESCO, na Conferência Mundial sobre Políticas Culturais, chamou atenção para o fato de ser a cultura uma base indispensável para o desenvolvimento humano. É também a UNESCO que, no mesmo período de aprovação da Convenção, em 2005, na Índia, realizada, reunindo os países da região da Ásia e do Pacífico, um simpósio dedicado a discutir o papel das indústrias culturais no desenvolvimento local. A Organização Internacional do Trabalho – OIT – vem ativando programas em países da África focados na criação de empregos com base no fortalecimento das pequenas empresas a partir de setores como música, cinema, televisão, artes performativas, artes visuais e etnoturismo. A UNCTAD, na sua XI Conferência Ministerial realizada em 2004 em São Paulo, organizou o painel dedicado exclusivamente à questão das indústrias criativas na perspectiva dos países em desenvolvimento. Em estreita ligação com os debates sobre diversidade cultural, o PNUD, na edição de 2004 do seu Relatório do Desenvolvimento Humano adotou como tema a “Liberdade Cultural num mundo diversificado”. A partir de 2005, a unidade de Cooperação Sul-Sul do Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento passou a estimular ações relativas à economia criativa e às indústrias criativas.

Acontece que, não obstante as orientações das instituições do Sistema das Nações Unidas, no contexto de materialização das diretrizes, ou seja, de funcionamento do mercado, valem cada vez mais as restrições normativas manifestadas através de regras transnacionais – *global marketgovernance*. Conforme será visto na Segunda Parte deste trabalho, no Acordo Relativo aos Aspectos da Propriedade Intelectual Relacionados ao Comércio (*Trade Relates Aspects of Intellectual Property Rights – TRIPs*), a propriedade intelectual é tratada no âmbito da OMC – espaço efetivamente dotado de poder para tomar decisões e ditar regras nesse campo.

No plano interno, respaldando-se na tendência mundial discursiva de incentivo à cultura, o Brasil tem tentado reestruturar o MinC⁴³, ao mesmo tempo em que elabora diversos Programas socioculturais para o desenvolvimento do país⁴⁴. Em todos os documentos analisados, entre as linhas de preocupação desses Programas governamentais brasileiro estão as discussões em torno do Direito do autor. Busca-se, também no plano interno, a adequação do arcabouço jurídico que seja capaz de ampliar o acesso à produção e fruição da cultura, ao mesmo tempo que proporcione sustentação aos empreendimentos culturais e criativos.

A institucionalização da cultura e a ênfase no discurso desenvolvimentista têm demandado também a busca por indicadores do setor⁴⁵. Na análise dos estudos quantitativos, o principal problema é a dispersão das instituições responsáveis pelas

⁴³ Segundo Barbosa (2009, p. 3), existiriam dificuldades práticas para a construção dos circuitos culturais enquanto objetos de política pública. Em primeiro lugar, pela complexidade inerente a esse campo; mas também em virtude dos obstáculos internos encontrados pelo Estado enquanto instância organizacional, especialmente em termos de recursos humanos para realizar o processamento político dos circuitos como objeto de ação. Segundo dados da Diretoria de Gestão Estratégica, a força de trabalho do Ministério da Cultura é composta por apenas 57% de pessoal permanente. Os outros se distribuem entre terceirizados (18,8%), consultores (1,4%) e estagiários (14,3%), sendo o restante composto por outros vínculos. Outra parte é formada por cargos de Direção de Assessoria Superior (DAS).

⁴⁴ No Programa cultural para o desenvolvimento do Brasil, a cultura está investida de papel estratégico. Dentre os principais desafios apontados pelo Programa estão: adequar legislação à diversidade cultural da UNESCO, e assegurar a cidadania cultural e a acessibilidade. Além disso, o MinC afirma tentar encerrar o ciclo de descomprometimento do Estado com o desenvolvimento cultural do Brasil, através da elaboração do Plano Nacional de Cultura (PNC). Em 2007, também teve início a implementação do Programa de Desenvolvimento Econômico da Cultura (PRODEC), no sentido de incentivar e regulamentar as cadeias produtivas dos setores culturais, através de convênios com iniciativas sociais que estimulem cadeias produtivas carentes de organização e orientação empresarial. Recentemente, a atual gestão do MinC cria a Secretaria para a Economia Criativa (SEC). Nela o Plano da Secretaria da Economia Criativa (PSEC) é o principal instrumento de gestão federal na área.

⁴⁵ A partir principalmente do documento elaborado em 2003 pela UNESCO – Políticas culturais para o desenvolvimento: uma base de dados para a cultura – os esforços têm sido conjugados no sentido de harmonização dos métodos, estimulando o surgimento de agenda comum para a criação de bases de informações sobre a cultura.

pesquisas, além das terminologias, nesse âmbito, serem particularmente confusas. Quer dizer, não há falta de dados, há dados em abundância, mas são heterogêneos, produzidos a partir de definições, métodos e periodicidades diferentes⁴⁶. Além disso, levando em consideração que as informações quantitativas são importantes e capazes de possibilitar articulações cruciais, o risco, contudo, é de cair na visão estritamente econômica⁴⁷.

Ainda assim, de acordo com os dados mundiais, a cultura em sua forma mercadoria estaria expandindo um dos setores mais lucrativos desse século: o setor do entretenimento. Pesquisas do Banco Mundial (PORTA, 2004, p. 2) estimam que a cultura tenha respondido, em 2003, por cerca de 7% do PIB mundial, com movimentação financeira de 1,3 trilhão de dólares, concorrendo com as participações das indústrias bélica e petrolífera. Segundo dados coletados na UNCTAD (2004, p. 5), as atividades de criação, produção, circulação, difusão e consumo de bens e serviços criativos representam o setor mais dinâmico da economia mundial, uma vez que cresceu em média, entre 1995 e 2006, o dobro (6%) da economia geral (3%). No período de 2000 a 2005, a comercialização de bens e serviços criativos aumentou 8,7% ao ano, e a exportação, aumentou 8,8% por ano. Estima-se que o setor cresça 10% ao ano na

⁴⁶ A UNESCO (2003, p. 23) esclarece que, no que diz respeito à definição de indicadores comuns no quadro da cultura, os estados-membros da União Européia apresentam disparidades significativas. As estruturas estatísticas são diferentes: na França, na Suécia e no Reino Unido. A definição do âmbito da cultura também é diferente. O quadro das estatísticas culturais da UNESCO é uma referência comum para vários países. Alguns deles tem adaptado esse quadro às suas especificidades nacionais ou aos seus desenvolvimentos mais recentes. As divergências principais tem a ver com o esporte, incluído no âmbito da cultura pela Itália e Portugal, o turismo, pela Bélgica, e a educação contínua, pela Bélgica e Suécia. Há divergências também no que diz respeito ao patrimônio e à sua extensão. Em 1997, foi criado pelo Eurostat (organismo de estatísticas da União Européia) o LeadershipGroup (LEG), que tem a participação de doze estados-membros e irá trabalhar as estatísticas culturais na Europa. A *Task-force* (metodologia utilizada pelo LEG), cuja tarefa de elaboração de definições gerais era indispensável para a produção de estatísticas comparáveis, chegou a uma uniformização sobre a delimitação do setor da cultura. Foram definidas oito áreas: patrimônio artístico e monumental; arquivos; bibliotecas; livro e imprensa; artes plásticas; arquitetura; artes do espetáculo; audiovisual e multimídia; E seis funções: conservação; criação; produção; difusão; comércio; formação. Uma locução bastante comum como “indústrias culturais” tem uma abrangência diferente segundo as duas línguas. Em inglês, inclui a publicidade, as infra-estruturas, como, por exemplo, a produção de equipamentos e de materiais, tintas e máquinas de impressão, que não são incluídas na definição francesa. A definição inglesa é tão larga que corresponde mais àquela elaborada pelo LeadershipGroup para atividades culturais.

⁴⁷ Afinal, é preciso olhar os dados com a consciência de que, como afirma Shaw (APUD UNESCO, 2002, p. 5), “a estatística é uma ciência que demonstra que se o meu vizinho tem dois carros e eu não tenho nenhum, nós dois temos um”. A seleção nunca é neutra, mas está condicionada por necessidades, interesses e tendências específicas; portanto, não se trata de instrumentos plenamente objetivos, mas que servem para potencializar algumas instituições, empresas, manifestações, etc. em sua visibilidade, na distribuição e no uso dos recursos associados a elas. Essas características não invalidam os bancos de dados, mas proporcionam as condições para assumi-los como instrumentos de persuasão, cujos componentes e formas de operar são sempre questionáveis. Isso será resolvido pela resultante dos embates para intervir no processo de construção de indicadores entre grupos que dispõem de diferentes recursos de poder no campo da cultura.

próxima década. Já em 2008, o valor das exportações anuais desse segmento alcançou US\$ 592 bilhões, o que representa crescimento médio anual de 14% no período de 2002-2008, apesar da crise financeira e da recessão global de 2008.

Na América Latina, somam-se iniciativas de caráter incipiente, mas promissoras, empreendidas com o respaldo de organismos internacionais⁴⁸. No Brasil, após algumas tentativas de quantificar o setor cultural⁴⁹, em 2002, a UNESCO, o Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA) e o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), uniram-se em torno da necessidade de desenvolver e produzir base de informações relacionadas ao setor. Essa proposta se concretizou com o acordo de cooperação técnica assinado em 2004 entre o IBGE e a Secretaria de Políticas Culturais do MinC. A última atualização da pesquisa, com dados referentes aos anos 2003-2005, indica que a participação da cultura⁵⁰ nas atividades econômicas do país já é bastante expressiva. Segundo IBGE (2007, p. 21), em 2005 atuaram 321 mil empresas e outras organizações nas atividades consideradas como culturais, o que correspondeu, a 5,7% do número total de empresas que constituem o universo do Cadastro Central de Empresas do IBGE.

⁴⁸ Entre os quais se destacam o Convênio Andrés Bello, a Organização dos Estados Ibero-americanos – OEI, o Banco Interamericano de Desenvolvimento – BID e a Organização Mundial da Propriedade Intelectual – OMPI, bem como nos institutos oficiais de estatísticas sul-americanos, dentre os quais se destaca o Sistema de Informação Cultural do MERCOSUL, ainda em fase de formulação de diretrizes. O Observatório de Indústria Culturais (OIC) de Buenos Aires (ARGENTINA, 2004, p. 22) – centro de estudo dedicado a obtenção, elaboração e difusão de informações quantitativa sobre as indústrias criativas locais – indicou que na Argentina as indústrias criativas produziram 2,9% do PIB em 2000. Isso é equiparável as indústrias de produtos alimentícios e bebidas; e superável a indústria automotiva e têxtil daquele ano. Em 2002, o Observatório destacou também que, dentre todos os atores do setor cultural, os autores e compositores musicais, sozinhos, correspondiam a mais de 50% do universo cultural. De acordo com estudos publicados pela OMPI (2004) a contribuição da economia criativa para o ano de 2004 foi cerca de 6% no Uruguai, 6,6% na Argentina e 6,7% no Brasil.

⁴⁹ Ana Carla Reis (2007, p. 88), relata que o primeiro estudo no sentido de organizar e sistematizar informações para a construção de indicadores das atividades relacionados ao setor cultural brasileiro foi realizado ainda na década de 1988. Por iniciativa do Ministério da Educação e Cultura, o IBGE produziu um “inquérito especial sobre cultura no Brasil”, também conhecido como Censo Cultural. O resultado, contudo, não chegou a ser divulgado por mudanças institucionais ocorridas à época. Em 1995-1996, o MinC contactou o IBGE sobre a possibilidade de realização de um novo censo cultural, mas a ideia não teve prosseguimento. Em 1998, a Fundação João Pinheiro realizou pesquisa, encomendada pelo MinC, que indicam que foram gastos R\$ 6,5 bilhões no setor, representando 1% do Produto Interno Bruto (PIB) daquele ano.

⁵⁰ Segundo o IBGE (2007, p. 4), a concepção de cultura adotada nesses estudos está relacionada com as atividades econômicas geradoras de bens e serviços. O setor cultural foi definido de maneira empírica, tomando-se como referência inicial a definição da UNESCO sobre as atividades culturais. O ponto de partida do estudo concentrou-se no levantamento das atividades culturais existentes na Classificação Nacional de Atividades Econômicas – CNAE. Optou-se por excluir do âmbito da atividade cultural as atividades econômicas estritamente ligadas ao turismo, esporte, meio-ambiente e religião, que compreendem atividades culturais em alguns países. Consideram-se como atividades econômicas diretamente relacionadas à cultura as atividades características que são típicas da cultura, tradicionalmente ligadas às artes. Foram incluídas as atividades de edição de livros, rádio, televisão, teatro, música, bibliotecas, arquivos, museus e patrimônio histórico.

Durante o período 2003 a 2005, o número total de empresas formalmente constituídas, que atuavam na produção cultural brasileira, alcançou crescimento de 19,4%, superior ao crescimento total do número de empresas do País que atingiu 9,3% no mesmo período⁵¹.

Com efeito, a aproximação entre Economia da cultura e criativa e discurso novo-desenvolvimentista indica que, sobretudo através da tecnologia que embasaria modelos de negócio mais eficientes, o foco sairia das grandes empresas e recairia nos “empreendedores criativos”. Na indústria fonográfica, o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) tem fomentado programas como “O negócio da música para empreendedores”, além de formular documentos como a “Cartilha do empreendedor individual na Economia criativa”.

Diante da institucionalização do discurso novo-desenvolvimentista, portanto, as indústrias culturais e criativas despontam como estratégia de desenvolvimento. Se historicamente a palavra desenvolvimento foi tomada por empréstimo das ciências biológicas através das ciências sociais, particularmente na economia, sendo, também por isso, identificada com a ideia de crescimento econômico; ao longo da história a concepção transmutou-se de acordo com as contendas ideológicas. Na contemporaneidade o conceito recebe inúmeras influências e adjetivações: etnodesenvolvimento, ecodesenvolvimento, desenvolvimento humano...

A premissa quase consensual entre os desenvolvimentistas hoje é a de que, para além do crescimento econômico – fenômeno meramente quantitativo–, a promoção do desenvolvimento deve ser entendido como “processo plural e multifacetado” de mudança qualitativa da vida das pessoas. Segundo Victor Abramovich (2012, p. 13), a ideia de desenvolvimento passa a ser aquela fundamental para “perspectiva integrada dos direitos humanos”. Quer dizer, devem-se tratar, em perspectiva transversal e interdiscursiva, as dimensões do desenvolvimento econômico, do desenvolvimento social e cultural, e da sustentabilidade ambiental.

⁵¹ O IBGE, a partir do convenio firmado com o MinC, também prevê a construção dos indicadores da economia da cultura e que deverá culminar no na Conta Satélite da Cultura (CSC) que deverá estabelecer também o PIB da cultura. Recentemente, com o Cultura em números – anuários de estatísticas culturais 2009, o MinC tentou o trabalho de compilação dos dados já existentes em diversas instituições, dentre as quais o IBGE e o IPEA.

Sobre o debate acerca da ideologia novo-desenvolvimentista, seus projetos de crescimento econômico com equidade social e seus limites teóricos e políticos, Rodrigo Branco (2009, p. 4) entende que ela acaba por conciliar capital e trabalho tendo em vista o “interesse nacional”, abstrata e voluntariamente colocado acima dos conflitos antagônicos de classe, de forma que se destina em última análise à pacificação das tensões sociais na medida em que neutraliza opositores à direita e à esquerda. Para o autor, aos formuladores bem intencionados de política econômica novo-desenvolvimentista corresponde à velha burguesia industrial.

No âmbito da Economia da cultura e criativa, essa neutralização aparece sob as formas de integração do trabalho criativo. Uma é a eventualidade, a ocasionalidade e a precariedade do trabalho. A outra é a configuração de pequenas entidades de produção autônoma, atuando como empresas auxiliares, fornecedores e subcontratadas, para as grandes empresas. Todas essas fórmulas permitem a ampliação da base produtiva de criação para as indústrias, ao mesmo tempo em que mantém os oligopólios de distribuição e promoção.

Nesse cenário constituído por paródias em que a liberdade do indivíduo opera sobre novo modelo de dominação, pode-se falar no cruzamento entre “culturalização” da mercadoria e “economização” da cultura. Esse paradigma constitui novo modelo hegemônico de neoliberalização da cultura em que noções como sujeito criativo, autoemprego, independência, liberdade etc. se reconceitualizam sob a lógica do livre mercado.

A indústria cultural encarna a tendência do modelo de trabalho flexibilizado preconizado através da *doxa* neoliberal. Certas “elites criativas” têm acesso a postos de trabalho. Pessoas pertencentes a minorias étnicas ou grupos tradicionalmente excluídos encontram barreiras. Esse outro lado da indústria criativa é o que não aparece nas lustradas cifras que a afirmam como paradigma econômico a seguir e tampouco reflete sobre a distribuição desigual dos benefícios que esse setor gera, através dos mecanismos do direito autorial, de forma que esse discurso talvez tenha pouco sentido se for levado em consideração a realidade dos países explorados. Seria necessário fomentar a imersão dos contextos culturais já existentes e deixar de importar tendências que pouco tem a ver com os diferentes entornos em que se produz cultura. Para tanto, é preciso analisar

modelos organizativos, formas jurídicas e estruturas de trabalho que vão assumir esse projeto.

Se for interessante pensar que, além de “bom negócio”, a cultura deve ser atrelada ao desenvolvimento social, o mercado é insuficiente para garantir os direitos sociais e culturais e a aplicação dos direitos autorais deve ser considerada em amplo contexto de interesses. A dificuldade da perspectiva “integrada” de desenvolvimento é lidar com os paradoxos. E se for assim, é fundamental a participação social, política e cultural dos grupos tradicionalmente considerados objeto do desenvolvimento que devem tornar-se sujeito desse processo.

Nas indústrias fonográficas, a aplicação da lógica mercadológica neoliberal informada pela reestruturação capitalista indica a organização do setor que passa a situar novas relações de valorização do capital através do direito autoral.

3 A especificidade da indústria fonográfica

O conjunto compreendido como indústria fonográfica (produção de música gravada ⁵²) é resultante da convergência dos aspectos econômicos, políticos e tecnológicos discutidos até aqui. Fazer, produzir e ouvir música obedece, em certo sentido, ao expediente que se desenvolveu no interior da indústria cultural. Mas se as indústrias culturais são, antes de tudo, indústrias capitalistas e não escapam às leis de funcionamento desse modo de produção, junto a esse caráter fundamental estão as características que lhe outorgam especificidade.

No universo da Economia da cultura e criativa (que, por sua vez, faz parte do grande complexo chamado Economia do entretenimento), a música é o produto de

⁵² Davi Nakano (2010, p. 629) conta que até o final do século XIX, o consumo de música era possível somente em apresentações ao vivo, já que não havia tecnologia de gravação de som comercialmente viável. Naquele contexto, na América do Norte, a produção e o consumo de música se organizam ao redor das editoras e publicadoras de partituras musicais. Com a invenção do fonógrafo, durante as primeiras décadas do século XX, diversas empresas começaram a produzir e comercializar equipamentos de reprodução, popularizando marcas como a Gramophone e a Victrola. A produção da música gravada era realizada pelas próprias empresas que produziam e comercializavam os equipamentos de reprodução como forma de alavancar suas vendas. Segundo o autor, muitos dos primeiros registros musicais comercializados tinham com objetivo principal permitir o uso do aparelho reproduzidor e não a divulgação da obra artística em si.

maior intensidade no processo de mundialização da cultura (ORTIZ, 2003, p. 22). Quer dizer, seus formatos e reprodutores praticamente eliminam fronteiras para a sua difusão, como acontece usualmente por meio da minituarização e dos reprodutores digitais. Dias (2000, p. 15) lembra que, do conjunto das mercadorias produzidas na indústria cultural, ela se distingue através da grande interação que estabelece com todos os *media*, sobretudo no seu engajamento com a “forma”. A mercadoria musical, além de poder ser ouvida no reprodutor fonográfico de cada um a partir do ato de compra ou escolha do formato, está presente no rádio, na televisão, no cinema, na publicidade, nos computadores, nos ambientes etc.

Mas a música é prática universal, no sentido de que todos os seres humanos produzem zumbidos, cantarolam, dançam e marcam o ritmo. Ganhar dinheiro com a música significa, portanto, diferenciar um conjunto de práticas musicais que o consumidor está disposto a pagar de outro que não.

David Harvey (2002, p. 42) explica a lógica da escassez controlada aplicada aos bens culturais, no sentido de que a cultura só se transforma em preço quando essa atividade é impedida de difundir-se. Em outros termos, a produção do capital só pode ser realizada se o seu valor de uso não puder ser reproduzido livremente de pessoa para pessoa. Esse tipo de produção só consegue ter êxito, portanto, se as empresas, os Estados e outros pilares do sistema, conseguirem, por diversos mecanismos – dentre eles o direito – que os consumidores pague por algo que ele poderia ter adquirido a custo nulo. No campo jurídico, para impedir a apropriação gratuita desses bens, eles são protegidos por direitos de propriedade intelectual que estabelecem a distinção entre cópias legais e ilegais (ou não autorizadas). Poder-se-ia afirmar, portanto, que as formas de apropriações nesse campo dependem da proteção jurídica direta. Em resumo: se quanto mais indisponível o bem, mais adquire valor para quem os controla, produzir escassez é a tarefa dos rendimentos monopólicos, cujo principal instrumento de que se valem, no caso da indústria fonográfica, é o direito autoral.

Acontece que a dificuldade que a indústria encontra em privatizar ou individualizar a música para vendê-la como mercadoria dá-se porque a música nunca deixou de ser expressão que se desenvolve no plano eminentemente coletivo. Isso trouxe à indústria da música certo pioneirismo no que tange às formas através das quais o capital lança mão para garantir sua valorização. Vicente (1996, p. 23) pontua: já que a

indústria fonográfica possui relação direta com os direitos autorais, dependendo desse elemento para sua manutenção enquanto atividade econômica, muito antes que existisse o negócio discográfico, a indústria da música já era o negócio de direitos.

No contexto dos segmentos culturais e do entretenimento é também na indústria fonográfica que, historicamente, a presença do capital se faz mais forte, configurando-se como setor de grande concentração⁵³. Na medida em que parte significativa do mercado permaneceu e permanece nas mãos de pequeno número de companhias, desenha-se com frequência a situação de monopólio⁵⁴, embora essa forma de convergência tenha se modificado ao longo do tempo.

Isso pode ser explicado através da produção dos meios técnicos, necessários a acumulação de capital, que faz surgir o mediador que é também o investidor. Entre os pontos que Marx (APUD PINTO, 2011, p. 23) põe em evidência n' *O Capital*, está o fato de que, no capitalismo, a retomada da acumulação historicamente esteve ligada à penetração da ciência e da tecnologia na produção. A concepção marxiana mais clássica do desenvolvimento da economia capitalista com foco na lei da queda tendencial da taxa de juros, informa que o capitalismo é sistema capaz de se autoexpandir, ao mesmo tempo em que a acumulação aprofunda as contradições internas até que aflorem a crise que enseja a reestruturação do capital. Nesse contexto, a economia de modo mediado é aquela em que mais se pode perceber a pertinência da rentabilização dos monopólios através do direito autoral, ao mesmo tempo em que é aquela que mais sente o impacto das alterações tecnológicas em sua organização produtiva e distributiva.

⁵³ Malm e Wallis (APUD PINTO, 2011, p. 43) consideram dois tipos de concentração de atividades empresariais: a integração formal e a informal. A formal, por sua vez, adquire duas formas: integração horizontal, quer dizer, a aquisição de companhias por outras com a mesma atividade; e a integração vertical, envolvendo o crescente controle sobre diferentes operações na produção e distribuição de um produto. A integração informal, por sua vez, significa dependência mútua devida a interesses comuns, em que o maior exemplo é a relação entre as estações de rádio e as companhias fonográficas. Essa distinção faz sentido especial quando a forma “conglomerado” assume caracterização das indústrias do entretenimento contemporânea.

⁵⁴ Morelli (2009, p. 34) relata que as grandes empresas gravadoras de música (*majors*), que dominam toda a cadeia do negócio, dispõem de acervos riquíssimos que lhes asseguram a primazia mundial e lhes permite concentrar-se nos grandes artistas de valor reconhecido. Em 1998, Sony Music, Polygram, EMI, WEA, BMG e MCA detinham 80% da distribuição mundial contra 74% em 1972. A concentração acentou-se ainda mais depois desta data: em 1998, a Philips vendeu a Polygram à gigante canadense Seagram, antes que esta passasse ao comando da Universal. A Universal reuniu muitas gravadoras, entre elas Barclay, Mercury, Polydor, Island, Geffen, Grammophon, Philips etc.

Para compreender as relações de produção no interior da indústria e as formas peculiares de subordinação do trabalho ao capital nessa esfera de produção é preciso entender a cadeia de produção musical. Como conjunto de atores, processos e ambientes que conformam o panorama de produção musical, sua sistematização está geralmente associada ao tripé produção-distribuição-consumo. Com efeito, é a estrutura organizacional produtiva e distributiva que conecta os diversos atores dessa cadeia que, por sua vez, informa a processualidade do direito autoral e conexos.

Essa história pode ser contada a partir do momento em que o consumidor pode levar para casa não apenas a partitura que poderia ser executada por seu piano, mas também a música executada. A grande diversidade de funções desempenhadas por trabalhadores da indústria, bem como a natureza distinta dos diferentes tipos de trabalho no âmbito das gravadoras, faz do processo de produção do disco fenômeno complexo.

Nas fases mecânicas e elétricas, o trabalho dentro do estúdio resumia-se em reunir os músicos na sala de gravação, posicioná-los a distâncias variáveis do microfone em função do volume relativo que cada instrumento deveria ter sobre o conjunto, abafá-los, se fosse o caso, e depois: tudo pronto! Gravar a música o número de vezes que fosse necessário até a obtenção do registro considerado ideal⁵⁵. A gravação se limitava a ser o registro do desempenho real e o artista era “dono” de sua voz, cujo registro dependia essencialmente dele. Porque o produtor do fonograma ou o engenheiro do som não modificavam qualitativamente o produto. Pode-se dizer que nessas duas primeiras fases produtivas da música a subordinação dos músicos e dos intérpretes era apenas formal típica da manufatura.

Vicente (1996, p. 41) explica que já durante o uso dos primeiros *tapes* os músicos eram frequentemente separados por biombos dentro da sala e utilizavam fones de ouvido para que pudessem acompanhar as performances uns dos outros. Com o desenvolvimento das técnicas de multicanais essa separação entre os participantes se radicalizou e os músicos passaram a tocar separadamente, gravando suas participações a partir da audição do registro das performances dos músicos que

⁵⁵ Roberto Stanganelli (1972, p. 105) lembra que a hora no estúdio era cara, de forma que o músico teria que estar com a letra e a música “bem decoradas, senhores do ritmo, conhecedores do arranjos [...] O ideal mesmo era gravar no menor tempo possível e gravar bem. Para isso é necessário que tudo estivesse muito bem ensaiado”.

os antecederam. O resultado final era determinado pelo engenheiro de som que poderia modificar qualitativamente o que tinha sido produzido. Isso é, a gravação, que antes se limitava a ser registro do desempenho real, veio a se tornar a construção do desempenho ideal. Por consequência, o quadro das gravadoras é complexificado, tanto do pessoal técnico que cuidará da gravação como dos profissionais encarregados da concepção e da execução musical em si. O que é preciso destacar aqui é a clara compartimentalização das atividades que emergem da nova maneira de se preparar o produto, entre as áreas técnica e artística.

Isso se dá a partir da estrutura organizacional da indústria da música nos anos 1970 que apresentava essa dissociação entre os espaços da criação artística e da produção final dos discos. Morelli (2009, p. 28) explica que tais espaços eram nucleados em dois ambientes. Nos estúdios, terreno de atuação dos músicos, intérpretes, produtores e técnicos de som de onde saía a chamada “fita master”, espécie de matriz do material sonoro dos futuros fonogramas. E na fábrica, onde atuavam trabalhadores que transformavam aquele material no produto final, o disco, em condições de ser distribuído e comercializado. Nota-se, portanto, afirma a autora, que a própria organização da indústria apontava para a distinção entre atividades criativas e artísticas (cultura) e o trabalho voltado para a produção material (indústria); o que levava, por sua vez, à visão dualista ou dicotômica do processo de produção da música.

Diante dessa organização produtiva aprofundar-se-ia a hierarquização e a divisão do trabalho. A gravadora, como empresa fonográfica, seria dividida em quatro áreas diferentes, porém integradas. Tal situação indicava estrutura bem mais complexa com o aparecimento de profissionais especializados: o setor artístico (equipe de produção, composta por orquestradores, regentes, produtores e demais elementos necessários à elaboração do aspecto intelectual das gravações); o setor técnico (especialistas em áudio e eletrônica que manejam a aparelhagem); o setor comercial (produção e distribuição dos discos); e o setor industrial (ocupa-se da reprodução de fonogramas em moldes denominados matrizes ou *stampers*)⁵⁶. Os enormes quadros de trabalhadores das

⁵⁶ Dias (2000) explica que a estrutura da produção fonográfica verticalizada seguia um padrão fordista de linha de montagem com diversos departamentos e etapas de produção: concepção e planejamento do produto; preparação do artista, do repertório e da gravação; gravação em estúdio; mixagem e preparação da fita master; confecção da matriz, prensagem (fabricação); controle de qualidade; capa/embalagem; distribuição; *marketing*, divulgação e difusão. Bandeira (2012) sistematiza ainda mais esta estrutura. No pólo de criação dessa cadeia, encontram-se os compositores e autores de melodias e letras, arranjadores,

gravadoras multinacionais que atuavam no Brasil refletiam essa estrutura. Pinto (2011, p. 42) relata que a Phonogram, por exemplo, que contava com 170 empregados e 150 artistas em 1968, passou a ter, em 1974, o contingente de 500 empregados para atender apenas 28 artistas.

A consolidação da indústria fonográfica brasileira nos anos 1970, ao elevar a divisão do trabalho, trazia consigo também complexidade maior em relação à remuneração dos trabalhadores e à extração da mais-valia pelo capital, fazendo com que cada grupo de trabalhadores se relacione de forma diferente com o capital. Pinto (2011, p. 77) afirma que a forma salarial era geralmente restrita aos técnicos de estúdio e aos trabalhadores de reprodução de discos e fitas. Os músicos (os de apoio, e não os intérpretes principais) usualmente recebiam cachês por empreitadas (gravações) e, quando não cediam todos os seus direitos às gravadoras, recebiam pequena parcela da quantia arrecada pelo Escritório Central de Arrecadação e Distribuição (ECAD), que remunera os direitos conexos ao direito do autor. No caso dos autores (ou compositores) normalmente havia participação percentual nas vendas dos discos. Já os intérpretes, eram ainda mais explorados, pois frequentemente cediam às empresas direitos exclusivos sobre as suas interpretações – por até 10 anos, em alguns casos – recebendo em troca quantia fixa e/ou participação na venda dos discos (que não chegava a 5% do preço do varejo).

Segundo Morelli (2009, p. 47), durante a década de 1970 no Brasil, a indústria do disco crescia a taxa média de 15% ao ano, acompanhando o crescimento acelerado do mercado de bens de consumo da classe média, em especial o mercado de aparelhos de reprodução sonora⁵⁷. Talvez seja apropriado dizer que, em termos econômicos e políticos, os anos de 1970 tiveram início em 1968. Foi nesse ano que se deu a inflexão para cima da economia brasileira, que vinha atravessando momento depressivo desde os primeiros anos da década de 1960. E foi nesse ano também que se editou o Ato Institucional n. 5 que impediu que a expansão do mercado de disco ocorresse em

intérpretes, músicos e produtores musicais. O que se chama de “campo de mediação” será responsável pela facilitação dos aspectos técnicos, operacionais, administrativos e comunicacionais. Subdivididos em “campo de mediação técnica-administrativa-jurídica” e “campo de difusão midiática”, esses elementos são representados por engenheiros de som, técnicos, estúdio, gravadoras, editoras musicais, distribuidoras, lojas, fábricas de discos, agentes, empresários; e rádio, cinema, televisão, publicidade, vídeos, divulgadores, espetáculos, entre outros. No campo da recepção e do consumo, localizam-se os processos de reprodução e audição.

⁵⁷ De acordo com Requião (2008, p. 79): entre 1967 e 1980, a venda de toca-discos cresceu 813%. Isto explica por que o faturamento das empresas fonográficas cresceu entre 1970 e 1976 em 1375%.

benefício imediato da chamada música popular brasileira e ao mesmo tempo criou as condições para que as grandes empresas multinacionais do setor, ou suas representantes estabelecidas no país, respondessem a esse mercado em expansão com número crescente de lançamentos estrangeiros.

De fato, até os anos finais da década de 1970, era predominante a música estrangeira nas emissoras de rádio (Beatles e Cia). Morelli (2009, p. 53) explica que, além da distensão política provocada pelo AI-5, por razões econômicas, sendo subsidiárias de grandes grupos multinacionais ou representantes de etiquetas estrangeiras no país, era muito mais fácil lançar o disco já gravado no exterior do que arcar com as despesas de gravação do disco no Brasil. E isso não só porque os discos estrangeiros já vinham com seus custos de gravação cobertos nas vendas realizadas no mercado de origem (o que fazia diminuir o número de unidades que precisavam ser vendidas para a realização do lucro, o que diminuía, conseqüentemente, o risco do investimento). A facilidade encontrada nas grandes gravadoras decorria também de que, embora sempre tenha havido forte taxaço sobre a importação de gravações, sempre foi igualmente possível fazê-las entrar no país como se fossem “amostras sem valor comercial” – prática que, embora tenha sido proibida por lei, sempre foi também tolerada⁵⁸.

A partir de 1976, empresas estrangeiras vieram a se estabelecer no país para se especializarem inicialmente em lançamentos internacionais. A WEA percebeu que o sucesso de vendas de artista nacional, quando ocorria, era mais forte que qualquer sucesso internacional. Daí tem-se a formação de reduzido *cast* de artistas brasileiros. Portanto, embora em termos globais, fosse talvez correto afirmar que a maior oferta de lançamentos estrangeiros contrariava a maior demanda por música nacional, essa contradição não era tão grande assim e ao menos em certos segmentos do mercado a expansão do consumo interno se dava em benefício da música estrangeira. Os efêmeros sucessos estrangeiros seriam assim os passos pioneiros na conquista da “franja” do mercado brasileiro de disco.

⁵⁸ Os levantamentos semestrais realizados pelo Jornal do Brasil (APUD MORELLI, 2009, p. 59) - com base nos dados publicados semanalmente na Bolsa do Disco do Caderno B, os quais se referiam aos compactos mais baratos e indicadores da participação dos jovens no mercado fonográfico mais vendidos no Rio de Janeiro -, indicavam que no primeiro semestre de 1971, a música nacional ocupava 57,5% desse chamado mercado de sucesso, mas logo no semestre seguinte viria a ocupar somente 37% desse mesmo mercado, caindo para apenas 16% no primeiro semestre de 1972. A mesma pesquisa mostra também que a liderança desse tipo de mercado estava na verdade com a música estadunidense.

Começa a se consolidar o mercado de discos no Brasil. Forçadas a prescindir da intermediação da televisão na seleção artística⁵⁹, as gravadoras passaram a recorrer com mais frequência ao grupo informal de selecionadores próprios – do qual faziam parte muito dos artistas que tinham sido antes revelados nos próprios festivais –, além de recorrer a formas alternativas de apresentação dos novos artistas ao público, talvez porque o grupo tradicional da MPB não pudesse mais ser identificado com o público da televisão.

Como os novos artistas surgidos pós-1968 eram vistos frequentemente como valores que produziam dentro do que houve, ou como retardatários dos grandes movimentos musicais havidos anteriormente (no sentido de cópias de Caetano ou de Gil, usando o clichê tropicalista como quem usa moda), começa-se a fabricar a imagem de artistas “diferentes” em relação ao já feito até então. Tem-se, então, o “*boom* nordestino” para fazer referência ao grande número de discos vindo da região lançados através da CBS – Fagner, Zé Ramalho, Geraldo Azevedo, Alceu Valença, Quinteto Violado, Belchior – como alternativa artística e comercial. Em entrevista concedida a Morelli (2009, p. 82), Marcus Vinício parecia estar entendendo esse momento:

Acho que, basicamente, o que existia era uma postura de nossa parte, fruto de muitas conversas relacionadas a algo que a gente pressentia que ia ocorrer a qualquer momento, que seria, digamos assim, a compra dos nordestinos em função de sua tipicidade. ‘Não, são típicos, eles estão aqui para vender sotaques’. É engraçado isso, não é? E a gente estava condenado, já naquela época... essa expectativa que existia na indústria do disco e que veio a se confirmar, quer dizer, posteriormente eu me lembro que a gravadora CBS contratou uma leva de artistas porque era nordestinos. Então se falou muito no ‘*boom* nordestino’, a ‘*new caatinga*’, aquela coisa toda. E a gente sempre foi muito crítico em relação a tudo isso. E a gravadora estava muito interessada em explorar da gente esse lado, quer dizer, o lado pitoresco da nordestinidade de cada um, da nascença de cada um. E isso, por exemplo, ocorreu com Belchior, ocorreu comigo. Comigo chegaram ao ponto... uma vez terminada a gravação do meu primeiro disco... discutindo como é que vai ser a capa, aquela coisa toda... alguém sugeriu: ‘não, e que tal um mapinha

⁵⁹ Morelli (2009, p. 57) narra que, datam de 1968 os últimos festivais organizados pela TV Record de São Paulo e TV Globo do Rio de Janeiro dos quais participaram os grandes nomes surgidos na década de 1960: entre os cinco primeiros classificados no IV Festival da MPB estavam, por exemplo, Edu Lobo, Chico Buarque e Caetano Veloso; enquanto o III Festival Internacional da Canção (FIC) foi vencido por Chico Buarque e Tom Jobim. 1967 conta com Gilberto Gil e Milton Nascimento. Mas Na noite da final do VII FIC, o júri foi destituído pela própria TV Globo e em seu lugar formado um júri de representantes estrangeiros. Segundo a direção da emissora, o objetivo era ganhar imparcialidade. Extra-oficialmente, porém, a própria direção da TV divulgou outra explicação: o Serviço Nacional de Informação (SNI) não simpatizava com Nara Leão, a presidenta do júri formada para aquela final. No caso do VII FIC Roberto Freire foi impedido de ler o manifesto elaborado pelo júri destituído, sendo também percebida a presença de agentes do Departamento da Ordem Política e Social (Dops) na platéia, nos bastidores e no hotel, além da presença ostensiva das polícias Civil e Militar por todos os cantos.

assim do Brasil com o Nordeste, então bota um camarada dançando frevo aqui, um cara vestido de cangaceiro ali...

A reinvenção da indústria fonográfica deu certo para o capital. Morelli (2009, p. 66) descreve que se soma a isso a edição discográfica da trilhas de novela. O Sistema Globo de Gravações Audiovisuais (SIGLA) lançou a etiqueta Som Livre em 1971 e em 1974 detinha 38% dos discos mais vendidos. Em 1977 a SIGLA desponta como líder do mercado brasileiro de discos. É claro que o “grande segredo” do crescimento rápido estava na utilização maciça de empresas da própria Globo como veículo de divulgação dos produtos da Som Livre⁶⁰.

Não mais o domínio sobre a esfera de produção determina a sobrevivência e a liderança das grandes gravadoras. Cresce cada vez mais a importância o trabalho do produtor artístico, que é o mediador entre os aspectos artísticos e mercadológicos da produção fonográfica. Requião (2008, p. 23) descreve que o olhar comercial estratégico do produtor podia criar produtos com elevados potenciais de venda. Esse é o caso do cantor Sidney Magal, que teve seu primeiro disco lançado em 1976 pela Polydor. Lançado como um “cigano”, o cantor obteve estrondoso sucesso com seu segundo LP, também pela Polydor, em 1978. A música mais representativa do disco, e uma das que configura entre as mais tocadas nas rádios naquele ano foi “Sandra Rosa Madalena”, composição de Roberto Livi e Miguel Cidras, na qual Magal declarava seu amor pela cigana. Essa imagem cigana foi o mote de toda a sua carreira.

⁶⁰ Nos estudos sobre o desenvolvimento e a consolidação da indústria cultural no Brasil há, com frequência, destaque ao papel da televisão nesse processo. Estudiosos como Ortiz e Dias apontam que, nesse contexto, assim como a chegada da Rede Globo transformou significativamente a televisão brasileira, o mesmo aconteceu com a Som Livre e o mercado fonográfico. Diferente das outras gravadoras, a Som Livre não priorizou a ideia de “concepção” do produto, ou seja, contratação de artistas e produção de discos. A empresa sequer tinha fábrica ou estúdio. Ela fixou-se na distribuição de canções e artistas já gravados por outras empresas, fazendo uso de toda estrutura favorável de divulgação e antecipando em pelos menos duas décadas esse tipo de atuação. A eficácia da estratégia da SIGLA, do ponto de vista do consumo, é inquestionável. Morelli (2009, p. 62) explica que a divulgação se dava não apenas através dos capítulos diários das novelas mas também através de chamadas comerciais convencionais – que chegaram a ocupar a maior parte do espaço publicitário da TV em São Paulo nos primeiros meses de 1978, por exemplo, quando a SIGLA dedicou aos anúncios uma verba duas vezes maior do que a verba destinada para o mesmo fim pela Cola-Cola. Nenhuma empresa do setor fonográfico teria condições financeiras de bancar essa divulgação, de onde se conclui que a Sigla gozava de privilégios especiais por ser ligada à TV Globo e que esta fazia uso do serviço público que lhe fora concedido explorar.



Capa do LP “Magal” de 1978 (Polydor)

São os produtores os responsáveis pelo surgimento de grande diversidade de artistas e segmentos musicais. Pode-se notar a adaptação da música de Belchior ao ritmo *discotheque*, modismo do ano 1978, que o produtor Mazola utilizou também no LP de Ney Matogrosso e das Frenéticas, todos produzidos em 1978. Sobre isso foi com extrema desenvoltura que Mazola falou à Morelli (2009, p. 104)

Eu transformei toda a música para que virasse uma coisa com apelo de fazer sucesso. E fazer com que aquela letra fosse tão... [...] então, pudesse infiltrar nas discotecas, através do ritmo. Então eu fiz esse negócio, quer dizer, eu boleï, eu mudeï toda a música dele, toda a música mudeï com a finalidade de fazer isso. E ele foi sucesso.

Com efeito, a *discotheque* antecipava o que vinha a ser o *rock* dos anos 1980 (e Mazola foi o produtor da RPM), movimento culminante da adaptação da produção fonográfica brasileira à juventude de mercado, adaptada à provável urbanidade dos jovens consumidores. O disco, era, então, a principal fonte de renda das empresas fonográficas nesse período. Para o artista, o produtor Roberto Stanganelli (1972, p. 80) afirma que “o disco na vida do cantor representa noventa por cento de sua carreira [...] O disco é na vida de um artista o único caminho certo para que ele consiga fazer sucesso”.

Chegando ao último ano da década de 1970 em 6º lugar no *ranking* mundial, o mercado brasileiro de discos, que dez anos antes ocupava o modesto 14º lugar, daria em 1979 a mais inequívoca demonstração de que podia crescer sem parar, mesmo que fosse em contexto quase recessivo de crise do petróleo. O que interessa aqui é frisar como a indústria fonográfica se estruturou na década mais emblemática para essa análise: verticalizada segundo o padrão fordista de produção, seguindo a estrutura

organizacional que apresentava dissociação entre técnica e artística, e com o importante olhar comercial do produtor.

Foi a partir da década de 1980, consolidada na década seguinte, que se iniciou o processo de reestruturação da indústria fonográfica brasileira, segundo os padrões globais da acumulação flexível iniciados na década de 1970, que viria mudar, tal qual nos outros ramos industriais, as estratégias de acúmulo de capital e as relações de trabalho. Adota-se, então, o chamado “sistema aberto” que já vinha acontecendo no mercado estadunidense⁶¹.

De acordo com Vicente (1996, p. 48), entre as estratégias encontradas na indústria fonográfica para manter ou aumentar sua margem de lucro, destacam-se as seguintes: redução de custos com a suspensão no investimento em artistas novos; lançamento de compilações de sucessos comerciais; investimento em produtos mais populares destinados às faixas de menor poder aquisitivo⁶² (que não teriam sido afetados diretamente pelo confisco do Plano Collor) e concentração do *marketing* em alguns nomes de maior projeção; lançamento de produtos do catálogo internacional e aceleração do processo de terceirização.

A ideia do pós-fordismo parece adequar-se bem às grandes companhias de discos. Pinto (2011, p. 27) explica que como não é a taxa de mais-valia e sim a taxa de lucro que regula a acumulação do capital, o capitalista sempre é forçado a inovar do ponto de vista de poupar custos. A principal forma de aumentar essa lucratividade ao longo da história foi a mecanização. O aumento da mecanização, por sua vez, dá origem ao que Marx chama de aumento na composição técnica do capital. Isso significa que o total do valor do produto acabado advém cada vez mais dos meios de produção utilizados e cada vez menos do trabalho vivo. É dizer: na cadeia da produção musical, verifica-se que o

⁶¹ É nesse momento que Morelli (2009, p. 78) explica que a proeminência do *rock*. Ele se autocontém economicamente, no sentido de que há uma forma razoavelmente pequena, que se sustenta dentro de si, tem os ingredientes da música com três ou quatro pessoas. Estilo que utiliza poucos recursos e caracterizado pelo som “cru”, ele não precisa de muita intervenção do estúdio, pois vai contra os seus próprios princípios. Os músicos são autores, entram no estúdio e não custam nada para trabalhar. Existia um profundo interesse da indústria no Brasil para que o *rock* desse certo.

⁶² Na década de 1980, Vicente (1996, p. 36) aponta para o investimento das grandes gravadoras em segmentos populares que tem como público alvo o mercado jovem urbano. Entre eles o “popular romântico”, o “sertanejo”, a música infantil e o *rock* brasileiro. Esses segmentos valorizavam o chamado “artista de *marketing*”, que seria aquele que, ao contrário do “artista de catálogo”, tem um investimento mais baixo, e suas carreiras costumam ser de fácil ascensão, mas de pouca durabilidade. Com o *artista de marketing* o longo prazo da produção *fordista* foi substituído pelo curto prazo e pela efemeridade dos produtos, características dos processos de produção da acumulação flexível.

processo de criação passou a ser secundário diante das possibilidades de edição, resgate de obras, *sampling*, re-apropriação etc.

A indústria fonográfica não se organiza, portanto, como nos anos 1970 e algumas das principais transformações dizem respeito aos aspectos das relações sociais de trabalho e de produção entre artistas e gravadoras de disco. Desestabiliza-se a clássica distinção de tarefas entre o artístico e o técnico sobre a qual se assentava a própria hierarquia da indústria fonográfica. A gravação, agora, faz parte do próprio processo de composição.

O conjunto de procedimentos técnicos vindos com a fase digital da indústria fonográfica⁶³, além de diminuir o *cast* das gravadoras, elimina a necessidade dos chamados músicos de acompanhamento. Arranjadores e instrumentistas deixam de ter qualquer contrato com a gravadora e passam a atuar apenas como profissionais autônomos. Requião (2008, p. 131) descreve a seguinte entrevista:

O cara nos anos 70 tocava com uma cantora, a cantora tinha banda, viajava, tinha aquele esquema todo. Então qual é o pensamento do músico naquela época: era se aperfeiçoar e conseguir entrar dentro dessa turma que tocava com os artistas [cantores e compositores descobertos pelo produtor]. Assim ele teria uma estabilidade [...] Porém, como nos contou o cantor e compositor Byafra, em seu início de carreira no final da década de 1970, foi junto com a sua banda procurar uma gravadora que os contratou. Pouco tempo depois os músicos foram descartados ficando sob contrato apenas ele, o cantor. Byafra conta que as viagens eram freqüentes e pagar os custos de toda a banda não era de interesse da gravadora uma vez que em cada localidade músicos podiam ser contratados sem as despesas de viagem.

Como forma de compensar a perda nos ganhos com seu trabalho, o músico passa a posição também de “investidor”. Ao invés de contar com cachê que razoavelmente pague o seu trabalho, qualquer remuneração oferecida pela empresa passa a ser adiantamento de possível lucratividade nas vendas do produto. Caso a expectativa de

⁶³ Vicente (1996, p. 45) elenca a importância dos seguintes equipamentos relacionados à produção digital: *samplers*, sintetizadores, *drum machines*, *sequencers*, módulos, multi-timbrais, módulos de efeito, gravadores digitais, *daws*, *softwares* arranjadores. E explica algumas funções básicas: - o *sampleamento*: envolve a digitalização de quaisquer amostras sonoras e seu posterior processamento, armazenamento e produção; - a *sintetização*: incorpora as amostras sonoras e equipamentos que permitem a execução de trilhas musicais complexas a partir de uma única fonte; - o *sequenciamento*: programação de diferentes trilhas instrumentais de uma música a partir de programas de computador ou aparelhos eletrônicos (os *sequencers*), que podem então ser reproduzidas em estúdios ou em apresentações ao vivo - a *digitação de áudio*: a gravação registrada no disco rígido de um computador - essa técnica permite uma ampliação do grau de manipulação do som, uma vez que digitalizado ele pode ser copiado (e reproduzido em outro trecho da música), acelerado, retardado, distorcido, transposto, afinado etc.

lucro não se confirme o artista o artista passa a condição de devedor à empresa fonográfica pelo que lhe foi pago como antecipação. Requião (2008, p. 122) afirma que a *major*, enquanto mediadora do processo entre produtor e consumidor, age como espécie de “financeira”.

Além disso, o embaralhando das fronteiras, proporcionada pelos equipamentos que permitem a integração de múltiplas funções, sugere aos músicos a necessidade de formação técnica e musical mais eclética, capaz de lhes permitir a realização de número mais amplo de etapas do processo de produção musical. E o conhecimento necessário para a operação dos novos meios digitais não passa apenas pela aquisição de vídeos e publicações mas, frequentemente, pela aquisição do próprio equipamento. As possibilidades de produção musical parecem estar, para o artista, cada vez mais ligadas à aquisição dos recursos tecnológicos que possibilitam essa produção. Tal situação sugere a integração inusitada entre a produção fonográfica e as decisões de consumo acerca de variada gama de bens e conhecimentos técnicos formalizados. Para Vicente (1996, p. 48) o músico é submetido à estrutura de produção/consumo que, ao seu ver, não poderia estar mais distante da ideia da artesanidade, além de implicar nível inédito de atrelamento do produtor de bens culturais ao mercado e às suas exigências.

De toda sorte, a descentralização sobre a fase de produção por intermédio da redução dos custos dos equipamentos⁶⁴ culmina na pulverização das unidades de produção fonográfica, pela, sobretudo, proliferação de *home studios*, favorecendo a estratégia do “sistema aberto”. Estavam reunidas as condições favoráveis para o surgimento dos selos *indies* ou “independentes”⁶⁵.

A cena independente teve origem no Brasil no final dos anos 1980 - o marco mais citado é o lançamento do disco *Feito em Casa*, em 1977, por Antonio Adolfo. Em

⁶⁴ Como afirma o presidente da TRAMA João Bôscoli (APUD MORELLI, 2009, p. 56), até bem pouco tempo só as grandes gravadoras tinham acesso à tecnologia dos estúdios e quem quisesse produzir disco independente tinha que vender o apartamento.

⁶⁵ Para uso prático, o termo *indie* ou independente pode, fundamentalmente, ter dois significados que englobam empresas diferentes. O primeiro deles refere-se a qualquer gravadora que não seja uma das grandes gravadoras transnacionais (*majors*) e que não se utilizem de sua estrutura distributiva. De acordo com essa definição, as gravadoras independentes seriam todas, exceto a Sony BMG, Universal e Warner. A segunda definição assume sentido mais essencialista ligado à discussão adorniana entre arte e cultura, na medida em que representa o valor artístico da música sob o valor econômico, acabando por conferir sentido político ou estético de resistência na busca da autonomia da arte.

segundo momento, o movimento da Vanguarda Paulistana⁶⁶ acabou lançando artistas como Arrigo Barnabé e Itamar Assumpção. A produção independente começava a ganhar notoriedade junto ao público e à crítica especializada. No primeiro momento, como espaço de resistência cultural, política e estética à nova organização da indústria. No segundo, como a única via de acesso ao mercado para variado grupo de artistas.

Nos anos 1990 surge, então, cena independente com força suficiente para dar vazão a diversos segmentos, colocando-se como fonte de inovação, realizando prospecção e atendendo novos segmentos de mercado⁶⁷. O alto nível de concentração do setor a indústria musical não impediu a emergência de pequenas companhias independentes, embora essas companhias geralmente representassem pequena proporção do total de vendas e permanecessem altamente vulneráveis às forças do mercado e às ofertas monopolistas.

A esse respeito, Vicente (1996) defende que essa leva de artistas independentes se formou menos por opção política e mais por falta de opção mercantil. Em primeiro lugar, porque não existia ligação clara entre a cena independente e a algum grupo político e esteticamente coeso; em segundo, porque os nomes de mais destaque⁶⁸ da cena independente, rapidamente aceitavam os convites feitos por grandes gravadoras. A cena independente assumia o papel de prospectar novos nichos de mercado e formar artistas para as grandes gravadoras.

A partir da lógica do artista como empresário de si mesmo, potencializado através dos meios tecnológicos, a grande indústria realizaria o processo de terceirização.

⁶⁶ Vicente (1996, p. 48) cita que em torno do Teatro Lira Paulistana, inaugurado no bairro de Pinheiros no final de 1979, polarizou-se, a partir de então, a cena e mesmo o debate sobre a produção musical independente no país. Se até seu advento os nomes de destaque nesse campo eram Antônio Adolfo, Francisco Mário, Boca Livre, Céu da Boca e Luli& Lucinha, entre outros, o Lira trouxe a público um novo grupo, formado por artistas como Arrigo Barnabé, Itamar Assumpção, Premeditando o Breque, Passoca e Língua de Trapo. O Lira não foi um movimento musical, mas uma iniciativa empresarial que consistiu na montagem de um núcleo de produção e difusão artística formado por um teatro, uma gráfica e um selo fonográfico, tendo sido esse último criado em 1981.

⁶⁷ Vicente (1996, p. 61) relata que, dentre os profissionais que saíram da Warner, muitos criaram suas próprias empresas fonográficas Pena Schmidt (Tinitus), Conie Lopes (Natasha Records) e Nelson Motta (Lux). Além deles, Mayrton Bahia, ex-Odeon e PolyGram, criou a Radical Records; Marcos Mazzola, também saído da PolyGram, criou a MZA e Peter Klam, ex-diretor da Warner e da PolyGram, criou a Caju Music. Dentre os artistas que eram ou já tinham sido contratados de grandes gravadoras, criaram suas próprias empresas Ivan Lins e Vitor Martins (Velas), Dado Villa-Lobos (RockIt!), Marina Lima (Fullgás), Ronaldo Bastos (Dubas), Egberto Gismonti (Carmo), entre outros

⁶⁸ Vicente (1996, p. 45) relata que Oswaldo Montenegro assinou com a WEA em 1979 o Boca Livre com a EMI em 1981. Além deles, assinaram com grandes gravadoras nomes lançados pelo selo *Barato Afins* como 365 (Continental), Nau (CBS) e Gueto (WEA), entre outros.

Enquanto as atividades de produção seriam transferidas a selos e produtores independentes, as *majors* passariam a se encarregar, primordialmente, da distribuição do produto final, ainda sob o seu controle. É fácil perceber que o sucesso de tal estratégia depende fundamentalmente do domínio estrito sobre as vias de distribuição (isso é, meio de comunicação⁶⁹) já que, caso isso não ocorresse, estava aberta a possibilidade para que os novos selos conquistassem sua autonomia e passassem a disputar o controle direto sobre o mercado.

Diante disso, poder-se-ia afirmar que os artistas e produtores independentes da década de 1980 não funcionavam como fonte potencial de ameaça ao controle das *majors* - tanto no sentido de possibilitar afluxo descontrolado de novos selos e artistas ao mercado, como no de elevar a segmentação do gosto a nível que exceda sua capacidade de resposta. Ao contrário, seria através do movimento de terceirização, flexibilização e redução de custo que se relegaria parte da prospecção de novos sucessos para o setor independente, que se tornaria o braço da empresa maior. É daí que o crescimento das *indies*⁷⁰ não contraria os interesses das grandes empresas fonográficas. Quer dizer, a articulação entre *major* e *indie* é o que permitiria o avanço do “sistema aberto” de produção. Ainda hoje, Davi Nakano (2010, p. 633) elucida que ao lado de apenas dez grandes empresas fonográficas filiadas à Associação Brasileira de Produtores de Disco (ABPD), há cerca de 300 pequenas gravadoras, 100 delas filiadas à Associação Brasileira de Música Independente (ABMI).

Vicente (1996, p. 77) destaca que a terceirização, em 1990, ocorreu principalmente na fase de produção, respondida pelas pequenas gravadoras, em função do barateamento dos custos de produção pelo desenvolvimento tecnológico. Entretanto, ao invés disso significar a autonomia das *indies* em relação às *majors*, acabou

⁶⁹ Entre os meios de difusão da produção independente nesse período destaca-se a venda de discos em banca de jornais. Guerrini Jr. (2010, p. 144) conta que nessa prática de distribuição, inaugurada pelas *majors*, frisa-se o Grupo Blitz, distribuído com o jornal O Dia do Rio de Janeiro e Lobão, com o CD “A vida é doce”, tendo vendido 100 mil exemplares dessa produção independente.

⁷⁰ Com o dismantelamento da grande indústria (*major*) como a detentora de todas as etapas do processo produtivo e a aceleração dos processos de terceirização e subcontratação, pode-se observar o crescimento de empresas fonográficas de pequeno porte (*indies*) que passam a ser as reais produtoras do produto fonográfico, porém, cada vez mais dependentes das grandes empresas por sua incapacidade de divulgar e distribuir as mercadorias produzidas frente aos recursos das *majors*. Vicente (1996, p. 77) explica que foram várias as *indies* que desenvolveram ou mesmo foram criadas em função de relacionamentos de diferentes níveis com *majors*. Os contratos de distribuição eram e continuam sendo – devido as dificuldades que essa área apresenta para as empresas menores – os mais frequentes. A Caju e a Excelente contavam com distribuição da PolyGram; a Rock It, Radical, MPB e Natasha tinham seus discos prensados e distribuídos pela EMI; a Warner cuidava da distribuição do selo Zimbabwe, etc.

promovendo a relação de interdependência de empresas especializadas, sobretudo através da capacidade de distribuição das *majors*.

Acontece que o mesmo desenvolvimento da tecnologia que ajuda a promover a reestruturação da produção, possibilita também a reestruturação da distribuição. Quer dizer, esse movimento de tecnologização não se dá sem contradição para o capital. Enquanto serve à reestruturação da indústria fonográfica e à acumulação capitalista, ao mesmo tempo amplia a possibilidade de acesso aos bens culturais, dificultando a lógica da escassez controlada, conforme teorizado por Harvey (2002). Ou seja, como seria possível agora lucrar se o que se vende tem custo de reprodução praticamente nulo e pode ser apropriado direta e gratuitamente por consumidores potenciais? As primeiras respostas da indústria giraram em torno da repressão, da intermediação e da concentração.

Assim, as *majors*, através das forças de pressão sob o Estado, conseguiram promover a perseguição legal, civil e criminal, primeiro contra os provedores de serviços de compartilhamento de arquivos P2P e *software*; depois contra usuários que compartilham arquivos – aplicando medidas técnicas de proteção e realizando as chamadas campanhas educacionais do tipo “piratas são criminosos”. No âmbito normativo internacional, a grande indústria promoveu esforços para aumentar a estrutura de repressão e para forçar acordos multilaterais no sentido de proteger a propriedade industrial, o que será visto mais detalhadamente na Segunda Parte deste trabalho.

A concentração sob a forma *cross-media*⁷¹, por sua vez, foi a resposta às exigências do mercado. Se até então a integração se dava sob a forma *hardware/software* (ou seja, fabricava-tanto os discos como os aparelhos leitores), as empresas agora procuram se agrupar sob a forma “conglomerados do entretenimento”.

⁷¹ *Cross-media*, também conhecida como Marketing 360°, é a distribuição de serviços e produtos por meio de diversas mídias e plataformas de comunicação existentes no mundo digital e *offline*. Ou seja, a possibilidade da mesma campanha, empresa ou produto utilizar simultaneamente diferentes tipos de mídia: impressa, TV, rádio ou Internet, por exemplo. Tal possibilidade é maximizada nas situações de propriedade cruzada ou de conglomerados da cultura e da comunicação, isso é, quando o mesmo grupo controla diferentes mídias, como TV, rádios, jornais, editoras e gravadoras. A maneira de colocar suas divisões em contato permanente aparece sob a forma de induzir um artista como *Michel Jackson*, por exemplo, contratado pela Sony a realizar um filme produzido pela Columbia Pictures, vinculando a música, o astro e o cinema, aproveitando ainda a estrutura publicitária para a promoção do conglomerado como um todo.

Isso pode explicar a situação diversa das gravadoras. Enquanto as empresas que apresentam mais dificuldade financeira são as que se especializam apenas no setor fonográfico, as mais bem sucedidas pertencem à forma de conglomerado do setor do entretenimento. Com efeito, a associação de empresas diferenciadas, mas afins, multiplica a capacidade de ação global. Dentre os exemplos mais significativos desse tipo de fusão cita-se a Sony/Columbia/Matsuchita/MCA e Phillips/A&M Records.

Dênis de Moraes (2010, p. 221) explica que:

Em poucos setores o nível de concentração foi tão espantoso quanto na mídia. Em curto prazo, o mercado da mídia global passou a ser dominado por sete multinacionais: Disney, AOL-Time Warner, Sony, News Corporation, Viacom, Vivendi e Bertelsmann. Nenhuma dessas empresas existia em sua forma atual de empresa de mídia há apenas 15 anos. Hoje quase todas elas figuram entre as trezentas maiores empresas não financeiras do mundo em 2001. Das sete, apenas três são verdadeiramente empresas norte-americanas, embora todas elas tenham nos Estados Unidos operações fundamentais. Em conjunto, essas sete empresas possuem os principais estúdios de cinema dos Estados Unidos; todas as redes de televisão norte-americana, exceto uma; e as poucas empresas que controlam 80 a 85% do mercado global de música [...]

Essa parece ser a novidade especial da indústria fonográfica atual que reestrutura não apenas a capacidade de distribuição, mas, sobretudo, sua capacidade de divulgação/promoção. As *majors* saem à frente por fazerem parte de conglomerados empresariais que detêm, em alguns casos, meios de comunicação (como redes de rádio e TV), e quando não é o caso, detêm capital para financiar a participação de seus artistas nas listas de execução musical das rádios e programas de TV. Porque a capacidade de distribuição e divulgação está bastante relacionada à capacidade de comercialização e consumo.

Para Harvey (2002, p. 152), o que ocorreu com a indústria do entretenimento foi expressão de toda “completa reorganização do sistema financeiro global e a emergência de poderes imensamente ampliados de coordenação financeira”, através de movimento dual. De um lado, a formação de conglomerados de extraordinário poder global; de outro, a rápida proliferação de descentralização das atividades. As fusões e incorporações foi, segundo o autor, parte integrante dessa ênfase.

Cesar Bolaño (1993, p. 196), na esteira das considerações de Zallo (1988) sobre a cooperação e a especialização da indústria fonográfica, sistematiza a seguinte configuração característica do setor. Raramente há mais que cinco ou seis grandes grupos empresariais, geralmente transnacionais, que estão integrados verticalmente tanto na produção quanto na distribuição, sendo que, nessa última, dois deles às vezes se associam – assim em 1962 Phonogram (Philips) e Polydor (Siemens) criam a filial comum Polygram. Existe grande número de independentes, caracterizadas por alta taxa de mortalidade e forte dependência em relação às grandes, junto às quais realizam a maior parte do trabalho de produção. As grandes também dependem dessas independentes que realizam o trabalho de descoberta de novos talentos e, portanto, de renovação do setor, de modo que, não obstante haja certo aproveitamento de sinergia, joga sempre a favor das grandes. Finalmente, há aquele grupo de empresas médias que têm chance de ascender ao grupo principal. Elas não possuem (ou possuem limitada) rede de distribuição internacional. Quando não têm vocação específica, essas médias empresas tendem a ser compradas pelas grandes, como ocorreu em 1979 quando a EMI comprou o departamento de disco da United Artists e a MCA.

É a partir dessa configuração que François Benhamou (2007, p. 43) considera que, no setor da indústria fonográfica, a oferta está estruturada sobre a forma de “oligopólio com franjas”. Algumas empresas dominantes, por vezes implantadas desde longas datas, comandando as redes de distribuição, constituem o núcleo do oligopólio; em sua periferia, pequenas e médias empresas, dependentes das maiores, sobretudo em matéria de distribuição, divulgação e promoção, formam sua franja necessária.

Segundo dados da Federação Internacional da Indústria Fonográfica - *International Federation of the Phonographic Industry* (IFPI, 2004, p. 3) –, em 2004 as *indies* foram responsáveis por 25,3% das gravações mundiais, seguidas pela Universal (23,5%), EMI (13,4%), Sony (13,2%), Warner (12,7%) e BMG (11,9%). Esses cinco conglomerados foram, portanto, responsáveis por mais de dois terços de todo o faturamento do mercado da música.

No caso brasileiro, a avaliação feita através da Associação Brasileira dos Músicos Independentes, em 2003 (APUD PINTO, p. 33), aponta que a participação das *indies* no

faturamento do mercado fonográfico gira em torno de 15%⁷², o que certamente permite afirmar que, mesmo com o aumento do número de gravadoras e selos independentes, o mercado permanece concentrado nas mãos das *majors*.

É importante destacar, contudo, o fortalecimento do mercado independente interno, através da Nova⁷³ Produção Independente (NPI). Representada pela TRAMA e Biscoito Fino, o movimento tem se mostrado bastante preparado profissionalmente para atuar no mercado. Além de contarem com profissionais experientes da indústria fonográfica, essas empresas têm respaldo do grande capital nacional, o que pode ser percebido na história dos dois empreendimentos.

Foi do lucro do grupo VR (empresa da família) que André Szajman levantou o investimento inicial de R\$ 15 milhões para a gravadora TRAMA. Afirma o empresário que usou a credibilidade, apresentando a TRAMA como empresa do Grupo VR. Atualmente três *holdings* compõem o Grupo Szajman: Serviços Corporativos – Grupo VR; Tecnologia – Smartnet; e Entretenimento - TRAMA.

Na Biscoito fino, a empresária Kati entrou para a história corporativa brasileira. Dárcio Oliveira (2012, p. 1) conta que a empresária transformou o Banco Icatu (criado pelo pai Antônio Carlos de Almeida Braga, o Braguinha, para administrar os rendimentos financeiros da família), em Icatu *Holding*, através de várias atividades – da construção civil a área de seguros, da publicidade a produção. No âmbito do entretenimento, a empresária criou a Biscoito Fino, fechou contrato com a EMI em Portugal e a *Disc Music*, na Espanha, para levar a música nacional à Europa. Também abriu escritório na França e negocia com companhias locais a criação de um selo brasileiro. O grupo também está ligado à Conspiração Filmes e Lumière. No início de 2012, comprou 25% de participação na DM9, *holding* publicitária.

⁷² Vicente (1996, p. 79) explica que essa pequena fatia do mercado perdida seria abocanhada através dos chamados circuitos autônomos de produção e consumo musical, resultado da emergência de diversas cenas locais de música (como o *hip-hop*, o *mangue beat*, o *funk carioca*, o *rock alternativo*, o *tecnobrega* etc.) que viabilizada comercialmente a sobrevivência de músicos e empresas independentes. Considera-se enquanto circuitos autônomos aqueles que, sem a presença de grandes gravadoras ou redes de mídia de alcance nacional, fornecem condições para as apresentações musicais, produção, divulgação e venda de discos dos artistas que os integram. Quer dizer, esses pequenos circuitos podem dispensar as grandes gravadoras, vez que dentro deles toda a cadeia de produção musical já está em funcionamento. Esses circuitos podem ter uma localização geográfica definida ou relacionar-se a identidades étnicas, religiosas, urbanas, etc.

⁷³ Deve-se notar que a presença do adjetivo “nova” faz remissão a experiência anterior, ocorrida em fins da década de 1970, comentada neste trabalho.

Importante pontuar que a noção de independente da NPI é, sobretudo, aquela que afirma a negação do capital estrangeiro. Quer dizer, a identidade da independência é dada a partir da antítese da gravadora internacional, na medida em que se restringe ao antagonismo independentes *versus* gravadoras estrangeiras. Tal noção não se confunde com a ideia de independência do primeiro momento da década de 1970 enquanto resistência política ou estética preocupada nos artistas que não tinham espaço no mercado. As novas gravadoras independentes, além de não trabalham necessariamente com artistas relegados do mercado fonográfico (a Biscoito Fino, por exemplo, conta em seu *cast* artistas como Chico Buarque e Maria Bethania), conta com estrutura organizacional parecida com a das *majors*.

Fica evidente, portanto, o quanto a noção de música independente e seus derivados – cena independente, artista independente, gravadora independente etc. – pode ser problematizada enquanto categoria analítica para compreender a heterogeneidade das relações, seja do ponto de vista do mercado, seja do ponto de vista político ou estético.

Por fim, a expansão dos circuitos autônomos da internet, a partir da década de 2000, preocupa a grande indústria, sobretudo, porque potencializa a flexibilização não apenas da produção, mas da distribuição, historicamente monopolizada. Em paralelo à emergência de novas práticas distributivas surgem novas formas de propriedade intelectual para remunerar o capital na indústria fonográfica. Hoje, a indústria fonográfica desenvolve e investe em novos modelos de negócio, em que a empresa passaria da condição de produtoras de mercadorias para a condição de prestadora de serviços, baseadas no acesso. Porque a internet que complexifica o monopólio da indústria é a mesma que possibilita a experimentação de diversas formas de remuneração do capital investido. A música *online* – entendida como o conjunto de circulação da música através da Internet nos mais diversos formatos digitais (MP3, AAC, WMA etc.) – irá estabelecer novo padrão de geração de lucro para a cadeia de produção musical, delineando economia própria e atraindo diversos investimentos. Embora esse seja o setor que mais cresce, os exemplos não param por aqui. Paralelamente, os conglomerados do entretenimento aproveitam sua estrutura cruzada para maximizar o que parece ser única etapa da cadeia de produção musical na qual as *majors* ainda detêm vasto controle: a divulgação/promoção. Os novos modelos de

investimentos nessa área envolvem, desde o *merchandising* até a “venda de música embarcada”, através do comércio interempresas.

Segunda Parte

Direito autoral na indústria fonográfica

Capítulo I

Regulamentação jurídica e produção musical

1 Marcos legais e fundamentos discursivos

a. Instrumentos normativos

Conforme comentado na Primeira Parte deste trabalho, a dinâmica capitalista contemporânea pós-fordista reserva lugar especial aos bens ditos imateriais, acompanhados do uso intensivo da tecnologia e da informação. Com efeito, a mesma reestruturação capitalista que gerou a proeminência dos produtos culturais ou criativos, se preocupou também com a forma de remunerar o capital dentro dessa disposição econômica e social de circulação e consumo de bens simbólicos. Por isso, no contexto da promoção da cultura a atenção volta-se para os instrumentos normativos de proteção à propriedade intelectual (PI). Usualmente dividida em duas categorias (e levando em consideração o objeto do trabalho) a PI será tratada aqui no que toca ao direito autoral e conexos, em detrimento da propriedade industrial.

Certo é que o desenvolvimento jurídico da PI obedece ao andamento econômico e tecnológico das grandes potências, assim como os arranjos políticos e a correlação de forças que se estabelecem nos períodos históricos. Primeiro, nas regulamentações nacionais. Segundo, no âmbito multilateral do pós-guerra. Além disso, a regulamentação do direito autoral e os que lhe são conexos é resultado dos interesses diferentemente organizados, segundo o jogo de forças, dos vários segmentos artísticos. A análise dessas associações dos diferentes grupos de pressão externos e internos conduz à atual configuração dos direitos autorais e conexos na indústria da música,

sobretudo em matéria de regulamentação do comércio global por meio dos monopólios de exploração da cultura.

Nesses termos, seguindo a especialização da indústria e acompanhando a expansão das fronteiras econômicas rumo a novos mercados e consumidores, é da Europa que surgem as primeiras leis internas, bem como os primeiros grandes acordos internacionais no domínio da PI. Leonardo Cruz (2008, p. 43) analisa que o direito autoral surgiu em contexto muito específico – o da invenção da imprensa, da reprodução em grande escala e do monopólio de impressão de livros e partituras por quem detinha os meios de produção. Embora existam menções a regulamentação específica na França em meados do século XVII, o Estatuto de Anne (Inglaterra, 1710) é usualmente citado como primeiro documento legal assegurador dos direitos autorais, sob a forma de monopólio de impressão à corporação de editores de Londres, cujo período de duração previsto para proteção era 14 anos, renovável por igual período, caso houvesse interesse e se o autor estivesse vivo⁷⁴.

Quer dizer, além de estar associado ao meio tecnológico em que a obra é criada, o direito autoral não tem origem no pleito dos autores, senão da demanda dos intermediários. Nesse sentido, José de Oliveira Ascensão (2003, p. 62) observa a importância da mediação no direito do autor, demonstrando que a consciência de classe sempre foi mais editorial do que propriamente autoral. Afirma o autoralista que “a *ratio* da tutela não foi proteger a criação intelectual, mas sim, desde o início, proteger os investimentos”. Inobstante essa proeminência do interesse do mediador, é possível observar o discurso de equilíbrio entre estímulo à criação e interesse público por meio do monopólio de tempo limitado. Ou seja, as regulamentações da PI desde as suas origens se dizem pretender garantir a remuneração do trabalho artístico ao mesmo tempo em que assegure a forma especificamente moderna ou capitalista de exploração das obras culturais. Os primeiros institutos jurídicos, em alguma medida, deram conta desse equilíbrio por meio da proporção temporal.

⁷⁴ No Brasil, o estabelecimento de regime jurídico de proteção da PI não é recente. O país foi o quarto do mundo a legislar sobre o assunto, sob a forma de patentes (atrás apenas da Inglaterra, dos EUA e da França). Antes mesmo da independência de Portugal, o Alvará Régio (1808), promulgado por ato do Príncipe Regente D. João VI, estabeleceu prazo privilégio por 14 anos a inventores de máquinas. Quanto aos direitos do autor, a primeira lei usualmente citada foi a que instituiu os cursos jurídicos em Olinda e São Paulo, de 1827, que previa os direitos exclusivos dos professores sobre os respectivos textos das disciplinas por 10 anos. Na primeira Constituição republicana (1891) o Brasil estabeleceu expressamente a proteção aos autores de obras literárias e artísticas.

Após o aumento das legislações nacionais sobre direitos autorais no final do século XVIII, o desenvolvimento do mercado de bens simbólicos, sobretudo na Europa, desperta a necessidade de proteção das obras além-fronteiras por meio de tratados entre países. Nesse contexto, surgem os regimes estatuídos pelas Convenções de Berna e de Paris (1886). Além de destacarem, em estatutos distintos, os direitos autorais e os direitos de propriedade industrial, respectivamente⁷⁵; as Convenções funcionavam enquanto órgão consultivo e estabeleciam diretrizes fundamentais que garantia, dentre outras coisas, os mínimos nacionais a ser seguido pelas legislações internas. No caso do direito do autor, a duração da proteção patrimonial concedida pela Convenção de Berna (CB) passou a compreender a vida do autor mais 50 anos após a sua morte, tendo os países a faculdade de estabelecer prazo superior.

A base do desenvolvimento e da manutenção da indústria fonográfica surgiu pouco mais tarde com o Convênio de Roma (CR) para a Proteção dos Artistas Intérpretes e Executantes, os Produtores de Fonogramas e os Organismos de Radiodifusão (1961), que assegurou o reconhecimento dos direitos conexos aos direito do autor. Na verdade, a partir da ampliação dos sujeitos envolvidos na produção musical, os diferentes grupos de pressão organizados em torno da indústria da música conseguiram reservar aos titulares do direito conexo, seja a título originário (os artistas), seja a título derivado (os produtores de fonogramas e os organismos de radiodifusão) a proteção contra as utilizações não-autorizadas de suas execuções, de suas reproduções fonográficas e das fixações de suas retransmissões.

Nesse contexto, a partir das Convenções de Berna e de Roma, além das legislações internas dos Estados, o equilíbrio entre interesse público e o direito de autor passou a ser tratado da seguinte forma. Por um lado, o sistema jurídico assegura aos autores e demais titulares, como artistas intérpretes e executantes, produtores de fonogramas e radiodifusores, direitos sobre suas obras, geralmente de caráter exclusivo, de autorizar ou proibir: a tradução, a reprodução, a fixação, a gravação, a edição, a

⁷⁵ Desde então, a tradição secular representada pelos regimes de Berna e de Paris e todo o arcabouço jurídico existente nos níveis dos Estados, originou a existência de dois sistemas de proteção autoral nos países: o direito de autor ou direito autoral e o *copyright*. O primeiro, fruto do sistema continental europeu (vigente hoje na maioria dos países, e também no Brasil), tem como elemento central o autor, por meio do princípio do criador. O segundo, relacionado à tradição anglo-saxônica que visa à proteção da obra, fundamenta-se no princípio da proteção do investimento. A diferença, que parece sutil, leva a modificações na forma de negociação das obras em função dos direitos morais do autor, que encontram abrigo nas legislações de direitos autorais, mas estão ausentes na proteção conferida pelo *copyright*.

distribuição, a representação e execução públicas, a comunicação ao público, a radiodifusão, as adaptações, os arranjos e quaisquer outras modalidades de utilização de suas obras ou, quando for o caso, de suas emissões e de seus fonogramas. Por outro lado, o direito dos membros da sociedade de terem livre acesso à cultura, à informação e ao conhecimento restringe-se às disposições relativas ao domínio público e às chamadas exceções ao direito do autor⁷⁶.

Nessa dinâmica de proteção jurídica à PI se observa atualmente o alargamento dos prazos no âmbito interno e externo. Hoje, a maioria dos países aumentou para 70 anos os prazos de direito do autor e conexos previstos na Convenção de Berna (50 anos). Dentre eles, incluem-se, por exemplo: Alemanha, Brasil, Croácia, Dinamarca, Geórgia, Islândia, Suécia e Suíça. A partir do estudo da expansão dos prazos *copyright* estadunidense, Jorge Machado (2010, p. 8) conclui que o aumento gradual do tempo de proteção ocorre por pressão organizada das corporações que detém o direito de produzir cópias no sistema monopólico⁷⁷.

Mas além das formações dos *lobbies*, as negociações em torno dos padrões de proteção do direito do autor são estruturadas hoje por meio dos instrumentos multilaterais de proteção. Através do chamado direito global⁷⁸ - processo econômico-jurídico que vem sendo conduzido com mais intensidade a partir da década de 1980 -, as organizações financeiras internacionais buscam “consensos” para ajustar as regras de

⁷⁶ No caso do domínio público, trata-se das disposições que limitam no tempo os direitos monopolísticos de exploração comercial da obra. No caso das limitações ou exceções, trata-se das disposições que permitem à sociedade fazer certos usos de obras sem a necessidade de remunerar o autor ou demais titulares. Segundo a Convenção de Berna, as limitações e exceções devem seguir três critérios, naquilo que se convencionou chamar de “regra dos três passos”: devem se limitar a certos casos especiais, isso é, não devem valer para todos; não devem atentar contra a exploração normal da obra; e não devem causar prejuízo injustificado aos autores e demais titulares das obras.

⁷⁷ Jorge Machado (2010, p. 12) relata que o tempo limite do monopólio do *copyright* estadunidense, criado em 1970, foi expandido pela primeira vez em 1831, elevado de 14 para 28 anos, mantendo outros 14 anos para o caso de renovação. Por mais 12 vezes o Congresso americano aumentou o período de duração dos *copyrights*. Na reforma de 1998, o Congresso estadunidense ampliou para período único de 120 anos, extinguindo a renovação. As corporações Disney, Paramount Pictures, Time Warner, Viacom e Universal, que antes da aprovação da lei já haviam concedido US\$ 6.5 milhões a políticos do Congresso, deram o generoso apoio de US\$ 1.419.717 aos senadores que apresentaram a lei aprovada. Dessa quantia, US\$ 800 mil foi pago pela Disney que assim conseguiu evitar que personagens como Mickey, Pluto e Pato Donald caíssem em domínio público.

⁷⁸ As negociações levam a compromissos institucionalizados e à constituição de instâncias multinacionais de regulação que vão formar a espinha dorsal burocrática do chamado Estado global: ONU, Banco Mundial, OCDE, OTAN, Parlamento Europeu, Conselho de Ministros, OMC. Infinitude de instituições mais ou menos poderosas, mais ou menos abrangentes, fazem parte dessa complexa estrutura do poder global na qual a grande corporação capitalista é o elemento predominante.

comércio entre os Estados⁷⁹. A ideia é que o mercado constitui a instância social e economicamente mais eficiente para produzir e distribuir bens e serviços. Não obstante, seu funcionamento depende de certas “condições gerais” que ele é incapaz de produzir: segurança, direitos de propriedade, etc. E então o funcionamento dos mercados depende, cada vez mais, das restrições normativas manifestadas nas regras transnacionais ou o que Petersmann (2010, p. 12) chama de *global market governance*. Sobre o adensamento da normatividade internacional e a profusão das novas formas regulatórias, especialmente quanto à PI, Carol Proner (2007, p. 207) observa que

A partir de então, as regras seriam multilaterais, universais, civilizadas, obrigatórias, imperativas, inapeláveis, irreversíveis e, acima de tudo, democráticas, já que concluídas por ‘consenso’. A legitimidade do ‘consenso’ não se traduz apenas no sentimento democrático adquirido pelos preceitos concluídos nos acordos da OMC, mas também no estabelecimento de um espaço multilateral supranacional como nunca antes existira na história. [...] Mas a partir de que racionalidade? Ou mais especificamente: que forma de legitimidade assume a atual forma de proteção da propriedade intelectual? Com que fundamentos sobrevive e é respeitada a proteção dos direitos intelectuais no plano internacional?

Na verdade, a necessidade de oferecer proteção internacional mais eficiente aos direitos de PI colaborou para o surgimento da OMPI em 1967. Enquanto organismo especializado da ONU, a OMPI goza de capacidade jurídica para concluir acordos bilaterais e multilaterais com Estados-membros. Encarregada, dentre outras coisas, de favorecer a assinatura de acordos de proteção, além da administração das Convenções

⁷⁹ Na constelação do pós-nacional, como foi descrita por Habermas, o Estado nacional não conseguiria cumprir determinadas tarefas de interesse comum entre os Estados, entre elas a regulamentação do comércio global. Admitir certo esvaziamento da governabilidade Estatal nacional é admitir a necessidade de compensação constitucional em vários níveis de governação. Produz-se, então, o fenômeno de recomposição do Estado, por meio de instrumentos cooperativos de gestão. Novas estruturas de governança servem de instrumentos complementares para preenchimento desta lacuna, também através da cooperação com atores não-estatais. As teorias constitucionais transnacionais, portanto, partem da seguinte premissa: quanto mais interdependente tem se tornado o mercado global, maior tem sido a interação dos marcos regulatórios nacionais. E a busca pela aproximação de marcos regulatórios em todo o globo passa a ser exigência da contemporaneidade, afinal, do contrário, haverá massiva migração para aqueles territórios onde a legislação é mais tímida (os chamados paraísos regulatórios ou regulamentares). Como os desafios transfronteiriços relacionados aos bens públicos globais exigem cada vez mais respostas coletivas, os limites entre normas domésticas e internacionais (e entre instituições públicas e privadas) têm-se tornado mais líquidas. Por fim, não é objeto deste trabalho o estudo aprofundado sobre as transformações do Estado-nação e nem mesmo as opções de poder derivadas das novas formas de se entender a política e a participação das coletividades no ambiente global.

de Berna e de Paris, outros tratados e convenções complementares foram criados. Hoje a OMPI é regulamentada por 23 tratados internacionais⁸⁰.

Acontece que apesar da existência desse volume normativo voltado especificamente às questões de PI no âmbito da OMPI, o assunto passou a integrar a pauta de negociações do GATT quanto ao Sistema Geral de Preferências (SGP) de tarifas alfandegárias⁸¹. Pouco mais tarde, a Lei de Comércio Global e Competitividade de 1988 (*Omnibus Trade and Competitiveness Act*) estabeleceu o processo conhecido como "Especial 301", pelo qual o *United States Trade Representative* (USTR) - espécie de secretaria de comércio exterior – ficou obrigado a avaliar os países quanto ao grau de proteção à PI, segundo parâmetros estadunidenses. Ao atribuir o status de "países estrangeiros prioritários" àqueles que "negam adequada e efetiva proteção aos direitos de propriedade intelectual" ou "negam acesso justo e equitativo a pessoas americanas que dependem de propriedade intelectual", o USTR, então, procurou "fazer progresso significativo em negociações bilaterais ou multilaterais" visando a "efetiva proteção de direitos de propriedade intelectual”.

Em 1994 é aprovado o Acordo Relativo aos Aspectos da Propriedade Intelectual Relacionados ao Comércio (*Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights – TRIPs*), que definitivamente insere as questões de PI no domínio do regime internacional do comércio de produtos e serviços e é atualmente o instrumento de maior alcance na ordem multilateral. Porque além de estabelecer os padrões mínimos que devem ser respeitados pelos membros da OMC tanto no âmbito externo quanto interno (manteve-se o mesmo prazo da Convenção de Berna – 50 anos), o Acordo tem duas importantes características: pode ser invocado pelos Estados e adota mecanismos de solução de controvérsias. Dentre os princípios adotados pelo TRIPs destacam-se o

⁸⁰ Dentre os diplomas ativos do direito internacional ratificados pelo Brasil que versam sobre a proteção dos direitos autorais e conexos na música, administrados pela OMPI citam-se: Convenção de Genebra para a Proteção dos Produtores de Fonogramas Contra Duplicações Não-autorizadas de seus Fonogramas; e os chamados tratados da internet - o Tratado da OMPI de Direitos Autorais e o Tratado OMPI de Interpretações e Fonogramas.

⁸¹ Documento do GPOPAI (2010, p. 6) relata que estabelecido na II Conferência da UNCTAD em 1968 e incluído como exceção permanente em 1979, o Sistema Geral de Preferências (SGP) de tarifas alfandegárias é oferecido a países em desenvolvimento para aumentar suas exportações, favorecer sua industrialização e acelerar o seu desenvolvimento econômico, constituindo exceção à clausula da nação mais favorecida do GATT que determina a não discriminação no comércio internacional. Atualmente, 13 países implementam o SGP na sua estrutura de comércio internacional: Áustria, Bielo-Rússia, Bulgária, Canadá, Estados Unidos, Estônia, Federação Russa, Noruega, Nova Zelândia, Suíça, Turquia e União Européia.

princípio do tratamento nacional e o princípio da nação mais favorecida, além do princípio da integração entre os tratados internacionais sobre a matéria e o da cooperação técnica⁸².

Sob a perspectiva dos marcos legislativos autorais no âmbito comercial, poder-se-ia perguntar: qual a possibilidade de existência de regime “equilibrado” específico ao direto de autor se a OMC é explicitamente organização pró-comercial que se organiza segundo mecanismos de decisão financeiramente representativos, e fundamenta suas ações na suposição de igualdade entre as nações e equilíbrio concorrencial? Com efeito, a regulação da PI por meio dos mecanismos de mercado resulta no intercâmbio cultural desigual. Em outros termos, a regulamentação da PI no espaço comercial não tem beneficiado equitativamente todos os países e regiões. Canclini (2008, p. 63) relata que “os EUA ficam com 55% dos lucros mundiais gerados pelos bens culturais e comunicacionais; a União Européia, com 25%; o Japão e o restante da Ásia, com 15%, e os países latino-americanos, com 5%”.

Observa-se, portanto, o caráter patrimonialista e corporativista da gestão internacional da PI, em que os países desenvolvidos defendem a salvaguarda de sua posição competitiva por meio da imposição multilateral de proteção mais rígida dos direitos autorais⁸³. Por isso, Carol Proner (2007, p. 20) interpreta os atuais marcos legais internacionais na matéria como produto do processo de globalização econômica, que reproduz não apenas a hierarquia do sistema mundial, mas também as assimetrias entre as sociedades centrais e periféricas. Essas regulamentações, no entanto, conseguem prevalecer com êxito porque respeita a correlação de forças assimétricas e excludentes que predomina na ordem internacional. Os seus conteúdos normativos representam o

⁸² Isso significa que as alterações e transformações do contexto internacional passam a atuar como definidoras das políticas dos Estados dependentes que, em muitos casos, são impelidos ao “consenso” para se preservar de sanções e retaliações econômicas e políticas multilaterais. Dentre as ações efetivadas pelo TRIPs destaca-se a proeminência dos mecanismos de assistência técnica de países desenvolvidos e organismos internacionais (FMI, Banco Mundial), tendo em vista a uniformização de procedimentos, normas e tratamentos dos temas de comércio mundial, além do combate à pirataria, argumento fundamental das economias desenvolvidas contra a falta de proteção dos direitos de PI nas economias periféricas.

⁸³ Além das negociações citadas, cabe mencionar que se encontra na pauta da agenda internacional de acordos comerciais, o “TRIPs-PLUS”, por meio do qual alguns países defendem a elevação dos padrões de proteção dos direitos de PI para níveis superiores àqueles estabelecidos no acordo TRIPs. Além disso, a partir da consolidação do TRIPs, houve discussão e ratificação por muitos países de dois tratados multilaterais: o Tratado de *Copyright* da OMPI (WTC); e o Tratado de Performance e Fonograma da Organização Mundial da Propriedade Intelectual (WPPT). Ambos são administrados pela OMPI, atualmente articulada à OMC, na tentativa de adequar as normas. O Brasil não ratificou nenhum dos dois acordos citados.

sucesso das reivindicações econômicas dos grandes conglomerados do entretenimento e, ao mesmo tempo, o enfraquecimento dos debates nacionais, afirma a autora.

Nesse sentido, é notável as convergências das ações do Estado brasileiro às recomendações feitas nos instrumentos normativos internacionais (seja na legislação de direito do autor, seja nas ações atuais repressão à pirataria, por exemplo), que apontam para a importância da maximização dos padrões de proteção da PI para os países em desenvolvimento. Além de ser um dos primeiros países a legislar sobre direito autoral, no plano internacional, o Brasil foi signatário e ratificou os principais instrumentos jurídicos do direito internacional relativo à PI, até hoje basilares nas doutrinas e legislações autorais. Primeiro país da América Latina a aderir a Convenção de Berna, em 1922, ratificou também a Convenção de Roma sem reservas.

Ao promulgar a Lei 4944/1966 o Brasil ampliou o prazo de proteção dos direitos do autor para 60 anos e concedeu aos produtores de fonogramas os mesmos direitos exclusivos reservados aos autores (direitos conexos). O caráter rígido da legislação autoral brasileira foi confirmado pela Lei 9610/98 (A Lei de Direitos Autorais – LDA) que estendeu a proteção aos direitos autorais e conexos para 70 anos – inobstante a Constituição Federal de 1988 vincular o direito de PI às limitações que regulam os direitos de propriedade em toda a sua extensão (em especial a função social⁸⁴).

Em vigor, a LDA brasileira vem assegurando o direito de autor à pessoa física criadora de obra intelectual: literárias, artísticas ou científica, independente de registro – aí incluída as composições musicais, tenham ou não letra, expressas por qualquer meio ou fixadas em qualquer suporte, tangível ou intangível. No caso da obra musical, o autor é o compositor ou, no caso de haver mais de um autor (tanto compositores quanto letristas), institui-se a co-autoria, que legitima todos os co-autores ao exercício, em comum acordo, dos direitos morais e patrimoniais de autor, assegurando o caráter dúplice da proteção⁸⁵. Segundo a LDA (art. 89), são também sujeitos de direitos

⁸⁴ Nesse sentido, o direito autoral estaria sujeito a todas as determinações finalísticas coletivas que a CF exprime (cultura, ensino, investigação científica, informação, comunicação social etc.). Ascensão (2003, p. 72) defende a principiologia integradora dos direitos autorais, que deve conferir viés publicista ao instituto, seguindo os fundamentos da constitucionalização do direito.

⁸⁵ Os direitos autorais são dotados de caráter dúplice: os direitos morais, atinentes à personalidade do autor e, portanto, assim como qualquer direito de personalidade, imprescritíveis, irrenunciáveis e não-patrimoniais; e os direitos patrimoniais, que subsistem durante determinado prazo fixado em lei. Após o decurso do prazo legalmente previsto, as obras caem em domínio público com relação a seus aspectos patrimoniais.

autorais na música, por meio dos direitos conexos: o produtor musical, as empresas de radiodifusão e os artistas intérpretes ou executantes.

Quanto ao prazo já citado, a legislação informa (art. 41) que a proteção pelo direito de autor se inicia no exato momento da criação da obra e perdura, no aspecto patrimonial, durante 70 anos após a morte do autor quando, só então, a obra cairá em domínio público⁸⁶. O mesmo prazo se aplica aos direitos conexos. Nesse caso, 70 anos após fixação, transmissão, execução ou transmissão pública. Os direitos patrimoniais do autor poderão, ainda, ser total ou parcialmente transferidos a terceiros por ele ou por seus sucessores (art. 49). Por isso, quando se afirma “direito do autor” faz-se referência, na realidade, ao titular do direito do autor. Com efeito, enquanto não cair em domínio público, em todas as utilizações da obra musical com fins lucrativos se exige autorização do titular dos direitos para o qual será dada a respectiva retribuição econômica.

Entre os casos dependentes de autorização prévia e expressa a ser realizada pelo titular ou explorador do direito, o art. 29 da LDA exemplifica: a reprodução⁸⁷ parcial ou integral; a edição; a adaptação, o arranjo musical e quaisquer outras transformações; a tradução para qualquer idioma; a inclusão em fonograma ou produção audiovisual; a distribuição, quando não intrínseca ao contrato firmado pelo autor com terceiros para uso ou exploração da obra; a utilização, direta ou indireta, da obra literária, artística ou científica, mediante: execução musical; a radiodifusão sonora ou televisiva; a captação de transmissão de radiodifusão em locais de frequência coletiva; a sonorização ambiental; a inclusão em base de dados; o armazenamento em computador; e “quaisquer outras modalidades de utilização existentes ou que venham a ser inventadas”. O art. 68 da Lei dispõe, ainda, que sem prévia e expressa autorização do autor ou titular, não poderão ser utilizadas obras musicais em representações e execuções públicas⁸⁸. Nesse

⁸⁶ Importante destacar que, dada a forma com que a legislação autoralista evoluiu (por influxos constantes da crescente e poderosa indústria cultural e pela ênfase no aspecto econômico), o domínio público é tido, na prática, como esquecimento público.

⁸⁷ O art. 5º da LDA conceitua reprodução, enquanto a cópia de um ou vários exemplares de obra literária, artística ou científica ou de 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. Chama-se contrafação a reprodução não autorizada.

⁸⁸ A LDA considera 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 frequência coletiva ou pela radiodifusão, transmissão e exibição cinematográfica; 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

caso, cabe ao produtor fonográfico perceber dos usuários os proventos pecuniários resultantes da execução pública dos fonogramas e reparti-los com os artistas, na forma convencionalizada entre eles ou suas associações. No caso da música, a associação responsável pela cobrança, arrecadação e distribuição dos recursos provenientes das execuções públicas dos direitos do autor e conexos é o ECAD⁸⁹.

Por fim, deve-se ressaltar, ainda, que a LDA estabelece algumas exceções aos direitos de autor e conexos. Dessa forma, não constitui ofensa ao direito de autor, permitindo-se o uso da música sem a necessidade de prévia autorização nem a incidência de remuneração por direitos autorais (art. 36): a reprodução, em um só exemplar e de pequenos trechos, para uso privado do copista, desde que feita por esse sem intuito de lucro; a utilização de fonogramas em estabelecimentos comerciais, exclusivamente para demonstração à clientela, desde que esses estabelecimentos comercializem os suportes ou equipamentos que permitam sua utilização; 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.

Com efeito, a LDA brasileira, além do prazo de proteção, no que tange às exceções e limitações do direito autoral, acabou por configurar significativo descompasso com os instrumentos jurídicos a que estava multilateralmente obrigada. Porque muitos de seus dispositivos não incluem flexibilidades permitidas pelos tratados internacionais (notadamente a Convenção de Berna e o Acordo TRIPs) e adotadas por grande número de países. A previsão da regra dos três passos presente na CB, por

locais de frequência coletiva, por quaisquer processos, também a radiodifusão ou transmissão por qualquer modalidade, e a exibição cinematográfica. 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.

⁸⁹ Entre as diversas instituições que trabalham com arrecadação de direito autorais no âmbito cultural, a que concentra maior espectro de atuação é o ECAD. A instituição, que é sociedade civil de natureza privada, monitora a execução pública de músicas em todos os estados brasileiros (a ideia era congregar em uma só agência as diversas associações de titulares de direitos de execução pública musical e de fonogramas existentes no país - antes da criação do ECAD, existiam no Brasil duas máquinas arrecadadoras de direitos autorais de execuções públicas: o Serviço de Defesa do Direito Autoral – SDDA e a Sociedade Independente de Compositores e Autores Musicais - SICAM). Segundo GPOPAI (2010, p. 47) atualmente o ECAD conta com mais de 279 mil titulares diferentes cadastrados em seu sistema e possui em seu catálogo cerca de 1,4 milhões de obras e 665 mil fonogramas. Sua estrutura é composta por sua sede, na cidade do Rio de Janeiro, por 24 unidades arrecadadoras e 130 agências autônomas instaladas nos estados da Federação. Certo é que o ECAD tem sido criticado por falta de transparência, democracia interna e equidade na distribuição dos recursos a seus membros associados.

exemplo, não foi incorporada pelo ordenamento jurídico brasileiro. Além disso, as limitações quantitativas incertas (“pequenos trechos”) e de uso (“para uso privado do copista”) não são exigidas pelos acordos internacionais. A prescrição do “uso justo sem finalidade lucrativa” – exceção do direito do autor existentes em outros países - também não foi incluída na legislação nacional. Quer dizer, observa-se que o Brasil estabelece regime de proteção à PI que se encontra além dos padrões a que está internacionalmente compromissada.

Em última análise, diante do esforço na rigidez e padronização internacional dos sistemas de proteção do direito do autor, justificativas surgem para defender os padrões maximalistas desse instituto jurídico. Boa parte dos países desenvolvidos e organizações internacionais como a OMPI e a OMC argumentam que o fortalecimento dos direitos de PI é finalidade em si mesma, que automaticamente levaria ao desenvolvimento tecnológico, econômico e social dos países em desenvolvimento. Carol Proner (2007, p. 173) sistematiza as principais proposições acerca do assunto e destaca os seguintes argumentos: maior proteção como justa recompensa ao autor/inventor e estimulante à atividade criativa; maior proteção como fator de expansão do conhecimento público; maior proteção como estímulo ao desenvolvimento econômico; maior proteção como instrumento de combate à pirataria.

Certo é que a PI, no seu sentido comum patrimonialista, fundamenta-se na separação entre o intitulado proprietário e aquele que é excluído. No entanto, Dowbor (2000, p. 13) defende que quando se trata de bens culturais, a cultura não nasce separada, no sentido de que todo autor se utiliza da herança cultural. Em outros termos, toda inovação se apóia em outros elementos⁹⁰, de forma que a “inspiração” ou “criação” seria fruto da herança social. Por isso que diante desse raciocínio, poder-se-ia perguntar:

⁹⁰ Sobre o caso da Disney, Jorge Machado (2010, p. 11) relata que os personagens e as imagens dos filmes de Waler Elias foram fortemente inspirados nas obras de outros autores. Por exemplo, o personagem principal de *As Aventuras de Pinóquio*, é de Carlo Collodi; *A Bela Adormecida* é conto popular atribuído aos irmãos Jacob e Phillipp Grimm; *Cinderela* é história de Charles Perrault; *Alice no País das Maravilhas*, de Lewis Carrol; e *Peter Pan* de James M Barrie; afirma. Para levar os contos às telas, Walter Elias se inspirou em cenas e personagens das obras de ilustradores e pintores ingleses, franceses e alemães, como J. J Granvile, Gustave Doré e Beatriz Potter. Machado sustenta, ainda, que mesmo o castelo símbolo de Walt Disney é inspirado no Castelo de Neuschwanstein, na Alemanha. Estátuas, desenhos, quadros, histórias, tudo isso era objeto de olhar atento e poderia virar matéria-prima para as colagens de Walter Elias. Quanto pagaria Walter Elias para lançar seus filmes hoje?, pergunta o autor. Em 2005, o filme *Tarnation*, produção alternativa premiada no Sundance Festival, cujo custo de produção foi de 200 dólares, teria que pagar 400.000 dólares em licenças para ser lançado nos cinemas. Pode-se imaginar que um “gênio” como Walter Elias dificilmente poderia surgir hoje com tais leis, conclui Jorge Machado.

se a inovação é processo socialmente construído, deve haver limites à sua apropriação individual? Ou: se a criação é tida como origem do patrimônio coletivo da sociedade, sua fruição pode ser restrita de forma maximizada?

Inobstante essas problematizações, é na rígida separação do autor que se apóia o principal argumento do direito autoral: o argumento da justa recompensa. Ou seja, o reconhecimento do direito individual pela sociedade, espécie de agradecimento e obrigação de honrar publicamente o esforço individual. Mas a quem se protege o tempo todo? Ortiz (2003, p. 25) relata que na divisão dos recursos dos direitos autorais da indústria fonográfica, os intermediários ficam com 51% dos recursos, enquanto os 49% são divididos entre os criadores: compositores, arranjadores, intérpretes e músicos. Quando isso acontece, a pirataria⁹¹ não seria o sintoma do acesso restrito aos bens culturais que enriquece os intermediários? Não é nesse sentido que as gravadoras vêm entendendo esse fenômeno.

A partir, sobretudo, das novas tecnologias de fluxos informacionais⁹², entidades representativas das gravadoras buscam estabelecer relação direta entre o fenômeno de pirataria digital e física de músicas e a suposta crise do mercado fonográfico. No entanto, as cifras disponibilizadas pelas gravadoras sugerem que as estimativas devem ser olhadas com reticências. Segundo Dowbor (2011, p. 12) a quantificação acontece da seguinte forma: as corporações calculam quantos *downloads* gratuitos e compra de CDs piratas na rua estão sendo realizados e multiplicam pelo preço que cobram pelos discos. Portanto, partem da premissa de que se não existisse *download* gratuito ou pirataria de

⁹¹ Pedro Paranaguá (2009, p. 1) alerta que o termo “pirataria” tem cunho emocional e ideológico muito forte por remeter aos saqueadores que eram financiados pela coroa inglesa para subtrair bens de nações vizinhas.

⁹² O formato MP3 de compactação de arquivos de áudio digital é apontado como grande responsável pela transformação nos modos de distribuição e consumo de música. Com efeito, arquivos compactados em formato MP3 ocupam aproximadamente 1/12 do espaço de disco que os arquivos não compactados ocupariam, o que facilita sua transmissão e armazenamento. Isso quer dizer que, em formato digitalizado, músicas protegidas por direito autoral começaram a circular gratuitamente pela internet, sendo trocadas por milhões de usuários em tipo específico de rede de compartilhamento de arquivos chamado P2P (*Peer to Peer*). As redes P2P funcionam da seguinte forma: as pessoas interessadas adquirem programa (gratuito na internet) e com ele compartilham parte de seu disco rígido (a parte onde está alojada suas músicas) com os outros usuários que estão conectados ao programa (Napster, Kazaa, Soulseek, eMule, etc). Com isso, as músicas de cada usuário são compartilhadas por todos os usuários, fazendo da rede P2P a rede de troca de milhões de músicas gratuitas na internet (ou de qualquer produto cultural digitalizado). O sucesso das redes de compartilhamento de arquivos hoje é, em grande parte, atribuído à rede Napster, primeiro programa P2P a se popularizar a partir de seu uso como compartilhador de arquivos MP3. Desde então, o compartilhamento de arquivos se consolidou enquanto prática. Quando o arquivo restrito legalmente é descoberto e retirado da rede pelo servidor de armazenamento, os usuários recolocam os arquivos em novos links, tornando-os disponíveis novamente.

rua todos compraria as músicas de forma legal (teoria da substituição). E então, a IFPI (CASTRO, 2006, p. 4) alega, por exemplo, que um a cada três CDs de música vendidos em todo o mundo é ilegal⁹³.

Apesar da fragilidade dos fundamentos metodológicos, os estudos que estimam os supostos prejuízos que a cópia não autorizada de bens culturais trazem à produção industrial legal, orientam o processo de avaliação dos países nos mecanismos de proteção, servem de propaganda contra os malefícios da pirataria, além de subsidiar a determinação de políticas públicas e o desenvolvimento de estratégias de combate à cópia ilegal. Quer dizer, diante das cifras apresentadas, a indústria fonográfica alega (CASTRO, 2006, p. 6) precisar lutar, “com muita determinação”, para evitar o seu “puro e simples desaparecimento” do mundo dos negócios. Nesse contexto, o combate à pirataria engloba desde a criação de campanhas publicitárias de conscientização do consumidor, até novas práticas de consumo que envolvem o desenvolvimento de programas de *software* de rastreamento de *downloads* considerados ilegais e o bloqueio de cópias não autorizadas, bem como ação judicial junto a vendedores de CDs piratas, sites⁹⁴ e usuários considerados infratores⁹⁵. Entre as ações de combate à pirataria destaca-se a polêmica em torno do Digital Right Management (DRM). Conhecido como

⁹³ O Relatório sobre Pirataria Comercial de 2005 do Instituto (IFPI, 2005, p. 12) aponta os dez países com as mais altas taxas de pirataria no mundo. São eles: Paraguai (99%), China (85%), Indonésia (80%), Ucrânia (68%), Rússia (66%), México (60%), Paquistão (59%), Índia (56%), Brasil (52%) e Espanha (24%). Pesquisa recente do *Musicmetric* (BBC Brasil, 2012, p. 1) indica que o Brasil é o 5º país no *ranking* dos *downloads* ilegais de músicas durante os seis primeiros meses de 2012. Os Estados Unidos encabeçam a lista de pirataria de música *on-line*, com mais de 96 milhões de *downloads*. A Grã-Bretanha aparece em segundo lugar com cerca de 43 milhões e o Brasil, em quinto, com mais de 19 milhões de *downloads*, atrás da Itália e do Canadá.

⁹⁴ A última vitória do conglomerado corporativo foi o fechamento do site de compartilhamento de arquivos Megaupload, em janeiro de 2012.

⁹⁵ Em 2004, o relatório final da Comissão Parlamentar de Inquérito da Pirataria (CPI da Pirataria) sugeriu a criação de órgão público de inteligência para articulação e implantação de políticas públicas de combate à pirataria e responsável pela formulação do Plano Nacional de Combate à Pirataria. No mesmo ano foi criado o principal órgão de repressão à pirataria no Brasil, o Conselho Nacional de Combate à Pirataria e Delitos contra a Propriedade Intelectual (CNCP). Sua missão está assim resumida em suas estratégias de ação (MINISTÉRIO DA JUSTIÇA, 2012, p. 1): “Todos os brasileiros contra a pirataria”, denominado pela Interpol como “o delito do século”. Para tanto, o CNCP tem como principal parceiro estratégico o Ministério da Justiça Brasileiro. Em Abril de 2007, foi anunciada a criação da Associação Anti-Pirataria de Cinema e Música (APCM), fundada na fusão das operações da Motion Picture Association do Brasil e a Associação Brasileira de Produtores de Discos (ABPD). Desde sua fundação, a APCM vem trabalhando em conjunto com a Polícia Federal na tentativa de conter a pirataria no Brasil. Seu foco principal é o combate à pirataria física, mas ela também vem buscando estratégias para conter o compartilhamento de arquivos na internet. No âmbito dos Estados, as polícias civis, por sua vez, contam com as delegacias especializadas em crimes contra a propriedade imaterial. A primeira delegacia especializada foi criada em 2003 no Rio de Janeiro. Segundo Marcelo Kischinhevsky (2006, p.8), a Associação Protetora dos Direitos Intelectuais Fonográficos (APDIF), ligada à ABPD, notificou em 2004 4.125 administradores de páginas na internet sobre a oferta considerada ilegal de conteúdo protegido pela legislação de direitos autorais. Do total, 4.113 foram retiradas do ar.

“trava tecnológica”, o DRM pode ser instalado em *hardwares* ou mesmo na mídia física, impedindo que o usuário faça certos usos de álbum que comprou de forma legal, como a cópia⁹⁶.

No outro lado discursivo da pirataria, observa-se, além das dúvidas quanto ao real impacto e dimensão da pirataria na indústria da música; a busca em outros âmbitos (notadamente no preço e na qualidade) das razões de diminuição das vendas de discos. Também importa distinguir que a pirataria física e a pirataria digital são praticadas e consumidas de forma e por públicos diferentes. Isso influencia no perfil do artista se prejudica com o sistema digital, além de problematizar posicionamentos éticos, usualmente vinculados à ilegalidade da pirataria.

Segundo dados sistematizados por Messias Bandeira (2012, p. 11), a proporção entre renda média e preço unitário dos CDs em lançamento no mercado brasileiro indica que na pirataria de rua, o principal atrativo é o preço reduzido e os principais artistas prejudicados são os *mainstreams* ou artistas estrelas. Por outro lado, de acordo com a ABPD (2011, p. 7), até 2006, as gravadoras mais pirateadas no Brasil contavam com os seguintes *casts*: Som Livre, 7 artistas brasileiros; Universal Music, 21 artistas brasileiros; e Warner, 14. Já os *websites*, no mesmo ano, contavam com aproximadamente 91 mil perfis de artistas nacional. Quer dizer, os dados demonstram o quão fechado é o mercado tradicional da música e como o modo de distribuição promovido pelas redes digitais pode aumentar a oferta disponibilizada para o público. Portanto, para muitos consumidores insatisfeitos com a diversidade da música massiva, o universo encontrado na internet seria o principal atrativo para a pirataria digital.

⁹⁶ Segundo Ascensão (2003, p. 22) “o que impressiona mais em todo esse processo é que o direito autoral está a ser ativado no sentido que conduz à redução das possibilidades tecnológicas permitidas pela rede. A reação tem efeito maltusiano, pois leva a exclusão do que representa progresso da comunicação e da informação. Esse resultado é muito de temer. O direito autoral não pode ser utilizado como redutor das possibilidades que o ‘código’ traz consigo [...] Mesmo certos acréscimos de protecção, que aparentemente beneficiariam os autores, são na realidade antes dirigidos à protecção das empresas”. No mesmo sentido, Fabio Losso (DATA, p. 198) entende a proliferação dos dispositivos tecnológicos de proteção leva à contratualização (ou privatização) dos direitos autorais. Segundo o autor, constata-se a seguinte operação cíclica: a norma versa sobre direitos autorais; o contrato dispõe acerca dos parâmetros de licença; os DRMs possibilitam a gestão do contrato. Quer dizer, os DRMS podem ultrapassar os próprios direitos autorais. Nesses casos se constataria, no limite, o retorno da autotutela ou da “legítima defesa digital”, afirma. A partir de 2002 começou-se a produzir no Brasil vários discos como proteção anti-cópias, dentre os quais destaca-se o CD “Tribalistas” pela EMI Music. Desde então, observam-se movimentos de boicote desses “produtos mutilados” apoiados na ideia da “defesa da cultura nacional” (vide exemplo: <http://www.samba-choro.com.br/debates/1037142061>).

Dessa forma, o *download* de arquivos MP3 não é, necessariamente, e para todo o tipo de pirataria, o substituto do disco que poderia ser comprado. Contrariando o argumento das gravadoras, Messias Bandeira (2012, p. 12) pesquisa que entre as bandas chamadas “independentes” pode ficar caracterizado até o incremento nas compras de CDs entre os usuários que mantêm algum tipo de relação com a música *on-line*⁹⁷ (teoria da amostra). Isso significa que o compartilhamento de arquivos atua negativamente nas vendas de álbuns dos artistas mais populares, enquanto afeta positivamente grande parte dos menos populares. A indústria da música continua, porém, a tentar reprimir essas práticas ou organizá-las de modo a torná-las pagas, enquanto os músicos sem contrato descobrem a possibilidade de se fazerem conhecidos por meio da divulgação direta e gratuita.

Além disso, quanto às considerações morais sobre a prática da pirataria, Bandeira (2012, p. 13) observa que a maioria dos internautas, por exemplo, não considera “propriamente crime” baixar música de graça para consumo próprio. Quer dizer, nesse caso falta a percepção do ilícito pelo público. Segundo dados da mesma pesquisa citada, até março de 2008, 41,4% dos internautas residenciais no Brasil afirmaram que baixam ou já baixaram músicas, filmes ou seriados no país. São cerca de 9,4 milhões de usuários brasileiros. A pesquisa demonstrou também que há, para os usuários, percepção diferenciada sobre os suportes dos bens culturais adquiridos ilegalmente. Enquanto pegar sem permissão CD ou DVD em suporte físico da loja pressupõe o roubo de exemplar material e único, baixar exemplar digital não é percebido da mesma maneira, provavelmente por não implicar diretamente a perda do exemplar. Os indicadores apontam, por último, a visão dos usuários sobre as leis de direito autoral. Como a obediência às leis de direito autoral é a principal barreira que protege os bens culturais de sua cópia indiscriminada nas redes eletrônicas, sua falta de legitimidade pode sinalizar que, para grande parte dos usuários, a facilidade e gratuidade adquiridas

⁹⁷ A internet é, na atualidade, o meio mais eficiente de publicidade para artistas independentes. A partir da distribuição gratuita de suas músicas, alguns artistas conseguem visibilidade no mercado cultural, que possibilita aos mesmos produzirem turnês nacionais e internacionais e lucrarem com apresentações ao vivo. Quer dizer, para as novas bandas, o que determina a possibilidade de sucesso com o público é a facilidade de acesso aos seus produtos, e isso é resultado da gratuidade e do compartilhamento. Tal sucesso vai determinar o faturamento dos artistas em relação ao seu trabalho, sobretudo em shows.

na internet na aquisição e compartilhamento de músicas é liberdade muito significativa para ser cerceada⁹⁸.

Como conclusão parcial sobre o instituto jurídico do direito do autor, afirma-se a predominância do interesse editorial nas regulamentações, isso é, enquanto favorecimento dos intermediários. Embora as primeiras leis tenham previsto limites mais ou menos razoáveis ao monopólio de comercialização de obras, o tempo, desde então, só fez crescer. Com o desenvolvimento da indústria cultural, os que detinham o monopólio dos meios de produção e difusão se apropriaram dos parâmetros de proteção para assim garantir seus próprios investimentos, em detrimento do caráter social da produção e distribuição da cultura. Posteriormente, em se tratando de bens e serviços de importância estratégica para o desenvolvimento da economia capitalista, a adaptação dos direitos autorais dos produtos e serviços culturais imediatamente passou a integrar as pautas das regulamentações comerciais supranacionais.

A articulação analítica entre economia política e direito demonstra, a partir daí, a intensificação da ofensiva jurídica a serviço da apropriação privada, corporativa e mercantil dos bens culturais, articulado às estratégias de desenvolvimento do já estabelecido “grande capital”, representado por sólidos conglomerados transnacionais. As estruturas que formam os suportes básicos das diversas formas de poder são percebidas nas assimetrias no intercâmbio comercial de bens culturais. A situação parece ser pior para os países em desenvolvimento, onde as regras de PI são mais rígidas. Com poucas entidades sociais que defendam o acesso à cultura, no Brasil a LDA tem figurado como uma das legislações mais rígidas e restritivas do mundo, refletindo o movimento de expansão da duração da proteção das regras relativas à PI,

⁹⁸ O último estimulante das discussões em termos de direito autoral e cibercomunicação partiu do Projeto de Lei (PL) estadunidense *Stop On-line Piract Act (SOPA)*. Com objetivo de facilitar a suspensão de site por infração de *copyright* e, segundo os seus partidários, proteger o mercado da PI e gerar receitas e empregos, o SOPA permitia que o Departamento de Justiça estadunidense e os grandes detentores de direito autoral obrigassem o bloqueio de sites potencialmente violadores de PI. Além de inverter a ordem de processo e punição, o PL autorizava também que o governo estadunidense solicitasse que tais sites permanecessem ocultos nos resultados dos principais buscadores da internet, por meio da inserção de filtros de pesquisa. Na prática a lei vetaria que o Google, por exemplo, fosse proibido de indicar sites considerados ilegais, limitando sua busca. Apesar de restritas apenas à legislação americana, as medidas afetariam outros países, já que boa parte dos servidores da Web (.net; .com; .or) são baseados em empresas localizadas nos EUA, sob a legislação estadunidense. A expectativa de aprovação da lei causou protestos internacionais. No Brasil o SOPA influenciou o PL 89, de 2003. Também conhecido como Lei Azeredo, o Projeto foi aprovada no Senado Federal em 2008, aguardando agora aprovação na Câmara dos Deputados.

em prejuízo do direito de acesso à cultura, à informação e ao conhecimento por parte dos membros da comunidade.

Por isso as discussões que pretendem trabalhar os fundamentos de política pública de cultura, qualquer que sejam os seus propósitos e aspectos, devem ser conjugadas com o conhecimento sobre o tema da PI, enquanto referência fundamental de localização. Quer dizer, são os direitos autorais que determinam as balizas jurídicas, institucionais, comerciais e econômicas da produção, circulação e consumo dos bens e serviços culturais. Após empreender o esforço de compreensão no sentido de concluir que o direito autoral não serve nem ao autor, nem ao usuário, mas às estratégias de desenvolvimento econômico dos conglomerados do entretenimento, pergunta-se: o que se pretende quando se deseja “repensar os direitos do autor”? Favorecer a difusão cultural encontrando novos e diferentes modos de financiar a criação, ou transformar os bens culturais em mercadorias cujo pagamento estaria vinculado a cada ato acesso, segundo modelo de pedágio? Em outros termos: qual tem sido a aposta do direito à cultura?

b. Reforma da LDA no âmbito da música

Editada na década de 1990, no contexto do movimento internacional de reforma do sistema de PI, a LDA brasileira acabou por estabelecer regime de proteção que se encontra além dos padrões internacionais. Solidificou-se no sistema jurídico autoralista nacional a visão maximalista de proteção: quanto mais elevados os parâmetros jurídicos, maiores são os benefícios para os autores (no sentido sempre de titulares do direito autoral). A partir da massificação das inovações tecnológicas e dos discursos internacionais e nacionais acerca do direito à cultura, começa-se a discutir os critérios de proteção estabelecidos.

Os debates sobre a revisão da LDA começaram a ganhar espaço na agenda pública em 2007, quando o MinC, sob a gestão de Gilberto Gil, lançou o Fórum Nacional de Direito Autoral (FNDA). Desde então, as reflexões sobre a reforma passaram a ser discutidas em congressos, encontros, seminário e reuniões, promovidas por entidades governamentais e não governamentais. Em 2009, durante o III Congresso de Autor e

Interesse Público, o MinC, por meio da Diretoria de Direitos Intelectuais (DDI)⁹⁹, apresentou a primeira versão das sugestões para alterar a LDA (o anteprojeto de lei). Em junho e agosto de 2010, plataforma *on-line* oficial do Ministério realizou a primeira Consulta Pública quanto à revisão. Críticas e sugestões ao anteprojeto puderam ser realizadas por qualquer pessoa física ou jurídica, incluindo as entidades atuantes no setor e os coletivos organizados.

Encerrada a Consulta Pública pela internet, o MinC analisou as contribuições (8000 propostas ao todo) e reformulou o anteprojeto de lei, encaminhado o Projeto de Lei (PL nº 4.176/2002) à Casa Civil da Presidência da República em Dezembro de 2010¹⁰⁰. Quando Ana de Hollanda assumiu o MinC, em 2011, o Projeto, então, voltou ao Ministério e a ministra resolveu¹⁰¹, mais uma vez, abrir prazo para Consulta Pública pela *web* (abril e maio de 2011), dessa vez em formato de participação social. O Projeto foi, enfim, encaminhado à Casa Civil em Outubro de 2011¹⁰². Em 2012, Ana de Hollanda foi substituída por Marta Suplicy no Minc¹⁰³. Desde Outubro de 2011 a Casa Civil ainda não enviou o PL ao Congresso Nacional.

Tendo em conta a complexidade das questões no tema da reforma da LDA, os interesses envolvidos e o objeto deste trabalho, concentra-se aqui na análise pontual e não exaustiva dos seguintes aspectos inaugurados pelo PL nº 4.176/2002: limitações ao direito do autor (em especial cópia privada e mudança de formato); uso de obras musicais na internet; supervisão estatal das entidades de arrecadação e distribuição dos recursos provenientes dos direitos autorais e conexos; e prática do “jabá”. Para

⁹⁹ Vinculada à Secretaria Executiva (SE) do Minc, a DDI é o órgão responsável pela formulação da política brasileira sobre bens intelectuais no que diz respeito a direitos autorais e conexos e conta em sua estrutura com a Coordenação-Geral de regulação em direitos autorais; e a Coordenação-geral de difusão de direitos autorais e de acesso à cultura.

¹⁰⁰ Entre 2007 e o primeiro semestre de 2010, o MinC promoveu seis seminários nacionais e internacionais e mais de oitenta reuniões que discutiram os problemas da lei em vigor e as possibilidades de reforma.

¹⁰¹ Em entrevista, Ana de Hollanda (PORTAL DO MINC, 2010, p. 1) afirmou não haver nenhuma possibilidade de submeter o ECAD ao Ministério: “podemos sim discutir questões do ECAD, mas não subordiná-lo ao governo”.

¹⁰² Em nota (OGLOBO, 2012, p. 1), o MinC, sob a gestão de Ana de Hollanda, destacou que “tem interesse no envio do Projeto de Lei de Modernização da Lei do Direito Autoral ao Congresso”, mas que “entende que as alterações de vulto necessitam de minuciosa análise”. Na página do MinC, Marcia Barbosa, diretora de direito intelectuais na gestão de Ana de Hollanda, afirmou que não existe prazo determinado para que a versão final do PL saia da Casa Civil rumo ao Congresso. “O documento fica na Casa o tempo necessário para a análise”, enfatizou.

¹⁰³ Uma das primeiras ações da atual Ministra da Cultura, quanto aos direitos autorais, foi a substituição de Marcia Barbosa por Marcos Souza para reassumir o cargo de diretor de direitos intelectuais, ocupado por ele na gestão de Gilberto Gil e Juca Ferreira.

identificar os diferentes interesses envolvidos nos assuntos, foram pesquisados documentos que contêm os discursos das associações titulares dos direitos autorais; do segmento artístico musical; da sociedade civil; e da doutrina autoralista.

Os registros foram escolhidos segundo a representatividade quantitativa, organizada e exteriorizada em documento. Por isso, o interesse das associações titulares dos direitos autorais e conexos foi analisado a partir das contribuições à Consulta Pública: da União Brasileira de Compositores (UBC), da ABPD, da Associação de Músicos, Arranjadores e Regentes/ Sociedade Musical Brasileira (AMAR/SOMBRÁS), da Sociedade Brasileira de Administração e Proteção de Direitos Intelectuais (SOCINPRO) e do ECAD. O interesse do segmento artístico musical foi representado pela Carta “Terceira Via para o Direito Autoral”. A sociedade civil, por sua vez, foi expressa pela Rede de Reforma da LDA e pela Carta de São Paulo pelo Acesso a Bens Culturais. Por fim, a opinião dos doutrinadores foi representada pelos anais de seminários e rodada de debates acerca do tema, especialmente no âmbito do GEDAI/UFSC e do GPOPAI/USP.

De início, importa observar que o Projeto de Lei que reforma a LDA não modifica o prazo de 70 anos de duração dos direitos autorais e conexos, bem como não prevê inovações (no sentido de legalização) quanto ao compartilhamento *on-line* de músicas. Sobre o assunto, prevê genericamente nos art. 105 a possibilidade de “imediate suspensão ou interrupção pela autoridade judicial competente¹⁰⁴” de comunicação ao público, por qualquer meio, de emissão, transmissão e retransmissão de fonogramas protegidos pelo direito autoral. Por outro lado, o Projeto começa por agregar no art. 1º que a LDA “orienta-se pelo equilíbrio entre os ditames constitucionais de proteção aos direitos autorais e de garantia ao pleno exercício dos direitos culturais”. Com efeito, o PL modifica também o art. 46 quanto aos limites do direito do autor, permitindo, com

¹⁰⁴ Sobre o assunto, importante destacar as discussões em torno do Marco Civil da Internet. A última inclusão na PL nº 2.126/11 traz exceção na proibição de remoção de conteúdo, quais seja, os conteúdos protegidos pelo direito autoral, bastando que os provedores sejam notificados pela empresa supostamente lesada, independente de avaliação judicial. Quer dizer, na prática, o Marco Civil da Internet prevê que o Youtube, por exemplo, remove vídeos sem necessidade de ordem judicial, segundo o mecanismo de notificação e retirada. A oposição afirma que o Marco Civil não deve tratar de questões específicas de direitos autorais. “Este assunto deve ser tratado na reforma da Lei 9.610/98, já em curso, cujos debates vêm sendo conduzidos pelo Ministério da Cultura desde 2007”, afirma o deputado federal Ivan Valente (2012, p. 1), líder da oposição do PSOL. Em 20 de Novembro de 2010, pela quinta vez, o Marco Civil da Internet foi retirado de pauta, sem previsão de nova votação.

ressalvas, a cópia privada e a mudança de formato, além de instituir a regra dos três passos¹⁰⁵.

Na verdade, a novidade mais expressiva inaugurada no Projeto vincula-se ao tema da supervisão estatal das entidades de arrecadação e distribuição de direitos do autor e conexos¹⁰⁶. Os arts. 98-A em diante da reforma prevêm, dentre outras limitações, que o exercício de atividade de cobrança das associações dependerá de registro prévio no MinC, o qual poderá ser cancelado ou anulado administrativamente pelo mesmo Ministério, nos casos de vício de legalidade ou quando verificado que a associação não atende aos dispositivos expressos na Lei. Além disso, as associações de gestão coletiva de direitos autorais deverão contar com registros públicos e transparentes, prestando contas de forma direta e regular ao Ministério e aos seus associados. Os dirigentes das mesmas associações passam, ainda, a responder solidariamente, com seus bens pessoais, quanto ao inadimplemento das obrigações para com os associados, por dolo ou culpa.

Por último, o art. 110-B do PL equipara a prática do “jabá” (pagamento de veículo de radiodifusão ou serviço de televisão por assinatura para executar música) à infração da ordem econômica prevista na Lei nº 8.884, de 1994 (lei de concorrência).

Com efeito, desde a Consulta Pública até a apresentação do Projeto, as discussões em torno da reforma ensejaram jogo de forças de interesses diversos dentro da própria indústria fonográfica. Começa-se por analisar os argumentos das associações detentoras dos direitos do autor e conexos. Inicialmente cumpre registrar que em todos os documentos analisados as associações introduzem seus argumentos saudando o equilíbrio da LDA, além de elogiar a manutenção do prazo de 70 anos de duração da proteção autoralista. Assim ressalta a UBC (2011, p. 1): “a Lei 9.610/98, ao longo dos

¹⁰⁵ O art. 46 do PL dispõe: “Não constitui ofensa aos direitos autorais a utilização de obras protegidas, dispensando-se a prévia e expressa utilização do titular e a necessidade de remuneração por parte de quem as utiliza, nos seguintes casos: I – a reprodução, por qualquer meio ou processo, de qualquer obra legitimamente adquirida, desde que feita em um só exemplar e pelo próprio copista, para seu uso privado e não comercial; II – a reprodução, por qualquer meio ou processo, de qualquer obra legitimamente adquirida, quando destinada a garantir sua portabilidade ou interoperabilidade, para uso privado e não comercial. [...] Parágrafo único: Além dos casos previstos expressamente nesse artigo, também não constitui ofensa aos direitos autorais a reprodução, distribuição e comunicação ao público de obras protegidas, dispensando-se a prévia e expressa utilização do titular e a necessidade de remuneração por parte de qual as utiliza, quando essa utilização for: I – para fins educacionais, didáticos, informativos, de pesquisa ou para uso como recurso criativo; II – feita na medida justificada para o fim de se atingir, sem prejudicar a exploração normal da obra utilizada e nem causar prejuízo injustificado aos legítimos interesses dos autores”.

¹⁰⁶ Entre os 19 países da América Latina, o Brasil é o único do continente em que não há regulação da atividade de gestão coletiva de direitos autorais.

anos, vem atendendo de forma satisfatória aos interesses dos titulares de direitos de autor e conexos”, de sorte que qualquer alteração deve ser precedida de “grande reflexão, a fim de que as conquistas obtidas pelos autores e titulares de direitos autorais não sejam prejudicadas”.

Partindo de tais paradigmas de preservação, as associações sugerem a supressão dos acréscimos realizados ao art. 1º, cuja redação enfatiza o “equilíbrio” e os “direitos culturais”. Assim entendeu a UBC (2011, p. 23), afirmando “subordinação injustificada dos direitos autorais a outros direitos”, para a ABPD (2011, p. 3) “redundantes”. O ECAD (2011, p. 1), por sua vez, observou: “a lei sobre os direitos do autor e os que lhe são conexos deve, sobretudo, assegurar a proteção a esses direitos sem submetê-los ao exercício de outros”. Segundo a AMAR/SOMBRÁS (2011, p. 1) “o processo de reforma da lei brasileira tomou com base a demonização da cobrança autoral”, os quais são indispensáveis ao “desenvolvimento” do país. Por fim, o ECAD (2011, p. 6) sintetiza a preocupação das associações: “paradoxalmente, o anteprojeto defende mais os interesses dos usuários do que os direitos dos criadores intelectuais”.

Nesse sentido, as associações citadas acima enfatizam, então, a preocupação com as limitações ao direito do autor previstas no art. 46 do PL e reforçam a necessidade da reprodução ser em uma só cópia para uso privado, de obra legitimamente obtida, e pelo próprio adquirente. Em moção ao MinC, a SOCINPRO (2011, p. 1) vai além na proteção: “mantenham o instituto da cópia privada remunerada como compensação pelas perdas sofridas diariamente minuto a minuto [...] tendo em vista a relevância da matéria, que é do mais alto interesse dos nossos artistas e músicos [...]”. Quanto à regra dos três passos prevista no parágrafo único do mesmo artigo, o ECAD (2011, p. 2) conclui a tendência do discurso das associações: “trata-se de verdadeiro ato de violência contra os direitos constitucionais dos criadores intelectuais”.

Embora não tenha havido grandes alterações quanto à legalização do uso de obras musicais na internet, as associações saúdam o acréscimo do art. 105. Por outro lado, quando se trata da supervisão estatal sob suas atividades, todas as associações tendem a classificá-la como (UBC, 2011, p. 23) “absurda” e pugnam por sua supressão. Entre os argumentos destaca-se a liberdade constitucional de associação. Assim resume o ECAD (2011, p. 4): “as associações e o escritório central são entidades privadas, geridas e administradas por seus associados, que adotam as práticas de administração e controle

que lhe são satisfatórias”. Por último, quanto ao Jabá, as associações analisadas sugerem a revisão da redação, sob alegação de ser inaplicável o direito concorrencial à matéria autoralista. Sobre o assunto, a ABPB (2011, p. 3) vai além e afirma que a mera formulação do artigo poder vir a obstar práticas legítimas, sugerindo, por isso, sua supressão.

Quanto ao segmento artístico musical é importante observar a heterogeneidade dos discursos, que variam especialmente segundo a projeção de mercado do artista (observação análoga aos efeitos da pirataria realizada no ponto anterior). Opiniões avulsas em entrevistas revelam desde os argumentos contrários à reforma (Roberto Carlos) até críticos entusiastas (Lobão). Mas levando em consideração o critério mínimo de representatividade organizada e exteriorizada em documento, a única declaração conjunta (no âmbito da música) encontrada foi a Carta “Terceira Via para o Direito Autoral”¹⁰⁷. Nela (2011, p. 1), os músicos manifestam apoio à reforma da LDA, mas observam que o debate acerca do assunto tem cada vez mais se polarizado entre os que defendem a manutenção do sistema atual e aqueles que querem flexibilizar radicalmente as regras, de forma que “uma proposta conciliadora deverá preservar fundamentos

¹⁰⁷ Assinam a Carta: ABMI, Alberto Rosenblit, Alessandra Leão, Alice Ruiz, Alvaro Socci, Ana Carolina, André Abujamra, Antonio Pinto, Antonio Vileroy, Bárbara Eugênia, Barbara Mendes, Béko Santanegra, Benjamim Taubkin, Bernardo Lobo, Blubell, Braulio Tavares, Bruno Moraes, Cacá Machado, Cacala Carvalho, Carlinhos Antunes, Carlos Café, Carlos Careqa, Carlos de Andrade, Carlos Mills, Carol Ribeiro, Celia Vaz, César Lacerda, Charles Gavin, Chico Chagas, Clarice Grova, Claudio Lins, Claudio Valente, Cooperativa Cultural Brasileira, Cris Delanno, Cristina Saraiva, Dadi, Dado Villa-Lobos, Daisy Cordeiro, Dalmo Medeiros, Daniel Campello Queiroz, Daniel Ganjaman, Daniel Gonzaga, Daniel Musy, Daniel Takara, Daniel Taubkin, Daniela Colla, David Mcloughlin, Dé Palmeira, Deborah Cheyne, Dengue (Nação Zumbi), Denilson Santos, Dudu Falcão, Dudu Tsuda, Dulce Quental, Eduardo Araújo, Eduardo Souto Neto, Érico Theobaldo, Estrela Leminski, Evandro Mesquita, Fábio Calazans, Fabio Góes, Felipe Radicetti, Fernanda Abreu, Flavio Henrique, Fórum Nacional da Música, Francis Hime, Geovanni Andrade, Glad Azevedo, Guilherme Kastrup, Guilherme Rondon, Gustavo Ruiz, Hamilton de Holanda, Helio Flanders, Iuri Cunha, Ivan Lins, Ivetty Souza, Jair Oliveira, Jair Rodrigues, Jay Vaquer, James Lima, Jesus Sanches, João Paulo Mendonça, João Sabiá, Jonas Sá, Jorge Vercilo, José Lourenço, Juca Filho, Juliana Perdigão, Juliano Polimeno, Kleiton Ramil, Kristoff Silva, Lea Freire, Leo Cavalcanti, Leo Jaime, Leoni, Luca Raele, Lucas Santtana, Luciana Fregolente, Luciana Mello, Luciana Pegorer, Luísa Maita, Luiz Brasil, Luiz Ayrão, Luiz Chagas, Lula Barbosa, Lydio Roberto, Maestro Billy, Makely Ka, Marcelo Cabral, Marcelo Callado, Marcelo Lima, Marcelo Martins, Marcio Lomiranda, Marcio Pereira, Marco Vasconcellos, Marcos Quinam, Marianna Leporace, Marília de Lima, Mario Gil, Mauricio Gaetani, Mauricio Tagliari, Max Viana, Michel Freideison, Miltinho (MPB4), Moska, Mu Carvalho, Ná Ozzetti, Nei Lisboa, Nico Rezende, Nina Becker, Olivia Hime, Paulo Lepetit, Pedro Luis, Pedro Milman, Pena Schmidt, Pepeu Gomes, Pierre Aderne, Pio Lobato, Plinio Profeta, Reinaldo Arias, Reynaldo Bessa, Rica Amabis, Ricardo Ottoboni, Ritchie, Roberto Frejat, Rodolpho Rebuszi, Rodrigo Santos, Romulo Fróes, Sergio Serraceni, Silvio Pellacani Jr (Tratore), Sindicato dos Músicos Profissionais do Rio de Janeiro, Socorro Lira, Swami Jr., Tatá Aeroplano, Tejo Damasceno, Téó Ruiz, Thalma de Freitas, Thiago Cury, Thiago Pethit, Thedy Corrêa, Tico Santa Cruz, Tim Rescala, Tulipa Ruiz, Veronica Sabino, Zé Renato, Zélia Duncan.

conquistados durante anos de trabalho da classe autoral e também incluir a nova cultura de acesso e consumo de bens culturais”.

Nesses termos, a Carta (2011, p. 2) faz algumas menções de demandas, entre as quais se destacam: “a **defesa do direito autoral** no ambiente digital, com o estudo de novas possibilidades de arrecadação”; e a **criação de “Órgão Autônomo de Regulação do ECAD”**, que promova “a mediação de interesses, a transparência na gestão coletiva, além da fiscalização e regulação do sistema de arrecadação e distribuição de direitos autorais”. A proposta de artigo que criminaliza a compra dos espaços nos meios de comunicação para veiculação repetitiva de música ou de artista (“jabá), é bastante elogiado, segundo argumento da diversidade cultural e concorrência desleal.

Quando à sociedade civil, embora não tenha sido encontrado documento assinado exclusivamente por ela, percebe-se que sua maior representatividade encontra-se na Rede de Reforma da Lei Autoral¹⁰⁸, cuja contribuição à Consulta Pública e a Carta de São Paulo pelo Acesso a Bens Culturais¹⁰⁹ são os documentos representativos. Com efeito, as declarações partem do entendimento de que “o exercício da titularidade dos direitos autorais – em especial os patrimoniais – não se dá em exclusão das demais direitos igualmente constitucionais e reconhecidos [...] nem pode contrapor-se aos objetivos e princípios republicanos do Estado”. A Carta (2012, p. 1) ressalta a necessidade de reequilibrar a posição do autor frente aos intermediários culturais. “Este equilíbrio conferiria maior autonomia e independência econômica aos autores, permitindo alargar as fronteiras ainda muito limitadas do mercado cultural”, expressa. A

¹⁰⁸ Rede pela reforma da LDA: Ação Educativa; Associação Brasileira dos Estudantes de Ensino à Distância (ABEEAD); Associação Cultural Artemídia; Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Educação (ANPED); Casa da Cultura Digital; Centro de Tecnologia e Sociedade da Fundação Getúlio Vargas (CTS-FGV); Circuito Fora do Eixo; Circuito Universitário de Cultura e Arte da União Nacional dos Estudantes (CUCA da UNE); Coletivo Digital; Coletivo Epidemia; Comunidade Brasileira de Recursos Educacionais Abertos (REA); Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro; Grupo de Estudos em Direito Autoral e Informação da Universidade Federal de Santa Catarina (GEDAI-UFSC); Grupo de Pesquisa em Políticas Públicas para o Acesso à Informação da Universidade de São Paulo (GPOPAI-USP); Grupo de Trabalho dos estudantes da USP para o acesso ao livro; Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor (IDEC); Instituto Núcleo de; Pesquisas, Estudos e Formação (NUPEF); Instituto Overmundo; Instituto Paulo Freire; Instituto Pólis; Intervezes – Coletivo Brasil de Comunicação Social; Laboratório Brasileiro de Cultura Digital; Movimento Música Para Baixar; Nós Digitais; Núcleo de Estudos e Pesquisa em Direitos Autorais e Culturais da Universidade Federal do Rio de Janeiro (NEDAC-UFRJ); Partido Pirata; Pontão de Convivência e Cultura de Paz; Pontão de Cultura Digital Ganesha; Rede de Estudos do Trabalho (RET); Rede Livre de Compartilhamento da Cultura Digital; Laboratório de Pesquisa Social em Tecnologia, Conhecimento e Comunicação (UNIFESP) e União Nacional dos Estudantes (UNE).

¹⁰⁹ Assinam a Carta mais de 500 pessoas ligadas a sociedade civil organizada, artistas e acadêmicos autorais.

Carta faz menção também a harmonização dos interesses público e privado no assunto: “para isso, é necessário reequilibrar a tutela do direito individual de exploração da obra intelectual (cujo detentor frequentemente não é o próprio autor da obra) com a tutela do direito coletivo de acesso à cultura”.

Segundo os documentos citados, a sociedade civil entende que para atender a esses fins, são necessárias as seguintes reformas na LDA, entre as quais: redução do prazo de proteção do direito de autor para 50 anos; total permissão da cópia integral privada sem finalidade de lucro; total permissão da conversão de formatos e suportes de obras protegidas, de forma que o usuário possa utilizar obra legalmente adquirida em diferentes dispositivos de execução; permissão da livre utilização de obras protegidas com direito autoral, desde que tal uso não possua finalidade comercial direta ou indireta (entende-se que é necessário que a lei defina de forma clara, e em especial no que se refere ao ambiente digital, o que é e o que não é uso não-comercial de obra); proibição da inserção em equipamentos eletrônicos de qualquer dispositivo anti-cópia (DRMs); revisão do capítulo de gestão coletiva, estabelecendo procedimentos que garantam maior transparência e participação dos criadores.

Em última análise, a opinião dos acadêmicos é representada pelo Grupo de Estudos em Direito Autoral e Informação¹¹⁰ (GEDAI) – vinculado ao Curso de Pós-Graduação em Direito da Universidade Federal de Santa Catarina; e pelo Grupo de Pesquisa em Políticas Públicas para o Acesso à Informação (GPOPPI), vinculado à Universidade de São Paulo (USP).

Para o GEDAI (2011, p. 4) “a necessidade de revisão da Lei de Direito Autoral brasileira é muito clara quando se percebe o desequilíbrio em relação ao sentido público e privado, bem como as manifestações positivas da sociedade civil brasileira com

¹¹⁰ O GEDAI foi constituído em maio de 2007 tendo como finalidade principal o “estudo da Propriedade Intelectual na Sociedade da Informação”. Caracterizado por ampla produção acadêmica, o GEDAI conta com membros efetivos, colaboradores e pesquisadores externos. Coordenado por **Marcos Wachowicz (advogado e membro de importantes conselhos editoriais)**, o Grupo tem entre seus participantes: Alexandre R. Pessler; Christiano Lacortev; Denis Borges Barbosa; Gert Würtenberger; Guilherme Coutinho; José de Oliveira Ascensão; Karin Grau-Kuntz; Luiz Gonzaga S. Adolfo; Newton Silveira e Rangel Trindade. O GPOPPI conta também com o apoio financeiro e institucional do Instituto Brasileiro de Propriedade Intelectual (IBPI), da Fundação Boiteux e do Ministério da Cultura. Durante os meses de junho e julho de 2010, o Grupo promoveu ciclo de oito debates para discussão do PL. Os resultados obtidos foram publicados na obra coletiva “Por que mudar a lei de direito autoral? Estudos e pareceres” (2011), entregue à Consulta Pública.

relação à reforma”¹¹¹. O GEDAI entende não haver justificativa que explique o prazo de 70 anos de proteção, o qual deve ser compatibilizado aos prazos estipulados pelos documentos internacionais (50 anos). O Grupo defende, ainda, a adequação do diploma autoral com outras áreas do direito quando verifica, por exemplo, a inclusão da “função social do contrato”, ou sua resolução por onerosidade excessiva, “institutos que constam no Digesto Civil, mas que evidentemente podem e devem aparecer na Lei Autoral”.

Quanto às limitações ao direito do autor, o GEDAI questiona o trecho “um só exemplar e pelo próprio copista” no art. 46 do Projeto. O Grupo entende também pela manutenção do art. 105 e saúda, de forma geral, as modificações quanto à fiscalização do Estado nas associações. Argumenta que a liberdade associativa é plena, nos termos previstos na Constituição Federal. Entretanto, aquelas associações que almejem obter o registro autorizador das atividades de cobrança e distribuição de direitos, deverão sujeitar-se às regras de fiscalização e transparência estipuladas na Lei. Observam que os referidos dispositivos do art. 98-A em diante traduzem clamor dos próprios autores, bem como da sociedade. O GEDAI felicita, ainda, a repressão ao “jabá”, segundo argumento da diversidade no acesso à cultura em detrimento da pseudo-escolha das “mais pedidas”.

Cumpra ainda registrar as contribuições do GPOPAI. O Grupo, em parceria com outros pesquisadores e pessoas do meio musical, encaminhou contribuição à Consulta Pública¹¹², com a inserção de artigo legalizando o compartilhamento de arquivos digitais. Segundo documento a proposta “busca resolver o impasse que dura mais de dez anos e opõe os usuários de internet que compartilham arquivos digitais e os detentores dos direitos autorais dos conteúdos compartilhados, que simultaneamente permita o

¹¹¹ Sobre o assunto, José de Oliveira Ascensão (2003, p. 45) problematiza: “e por que não um Código de Direito Autoral?”. O autor defende que Código é lei que contém a disciplina fundamental, coerente e integrada de setor da ordem jurídica, com base em princípios gerais, de forma que o movimento de renovação desejado poderia orientar-se nesse sentido. Para ele, o direito autoral carece de formulação adequada, particularmente quando estão em causa orientações que não têm sido convenientemente apreendidas. Afirma Ascensão (2003, p. 46) que “a questão não é apenas de nomes. O Código chama a atenção para a importância e unidade da matéria [...] O Código tem a responsabilidade de o exprimir, incentivando à formulação científica dos princípios fundamentais deste, cada vez mais, importante ramo do Direito”.

¹¹² Além do GPOPAI, assinam o documento: Núcleo de Estudos e Pesquisa em Direitos Autorais e Culturais da UFRJ; Centro de Tecnologia e Sociedade da FGV-Rio; Pena Schmidt, diretor do Auditório Ibirapuera; Bernardo Sorj, professor titular de Sociologia da UFRJ; Claudio Prado, produtor musical; Ladislau Dowbor, professor titular de Economia e Administração da PUC-SP; Artur Matuck, professor associado da Escola de Comunicações e Artes da USP; Fernando Yazbek, Yazbek, Portaro Advogados Associados; Pedro Paranaguá, doutorando em Direitos Intelectuais, Duke University; Leoni (Carlos Leoni Rodrigues Siqueira Junior), cantor e compositor.

amplo acesso ao conhecimento e à cultura e proporcione justa remuneração a quem produz”. Pelo mecanismo sugerido, o compartilhamento de arquivos digitais ficaria autorizado mediante o pagamento de “pequena taxa”. Nesses termos, o GPOPAI que “contribuição módica pelos usuários domésticos de banda larga, hoje estimada em até 3 reais, permitiria arrecadação anual de até 450 milhões de reais, suficiente para remunerar de maneira satisfatória artistas e criadores”. A distribuição das rendas seria realizada por meio do ECAD, ressalvada a destinação mínima de 50% aos autores e artistas.

No quadro abaixo, a síntese dos discursos em torna da reforma da LDA, segundo os principais pontos inaugurados pelo PL nº 4.176/2002, e levando em consideração os interessados em relação ao objeto deste trabalho:

[VER TABELA]

Por fim, o motivo apresentado pela Casa Civil até hoje pelo não repasse do Projeto de Lei que reforma a LDA ao Congresso Nacional está assim resumido em nota (OGLOBO, 2012, p. 1): a complexidade do assunto, que envolve outros ministérios (Fazenda, Relações Exteriores, entre outros), e o fato de ainda não ter recebido o relatório final com as conclusões da CPI do ECAD¹¹³. A CPI do ECAD, no entanto, foi encerrada em 26 de abril de 2012, e seu relatório final, entregue na mesma data, em cerimônia pública e oficial, à ministra Ideli Salvatti, da Secretaria de Relações

¹¹³ A CPI do ECAD foi criada em junho de 2011 para investigar supostas irregularidades praticadas pelo Ecad na arrecadação e na distribuição de recursos oriundos do direito autoral de produções artísticas musicais, bem como as possíveis ocorrências de abuso da ordem econômica e da prática de cartel. Em quase um ano de trabalho, a CPI realizou 17 reuniões, das quais 11 foram destinadas a oitivas, audiências públicas e diligências para colher o depoimento de artistas, produtores, especialistas, dirigentes e funcionários do Ecad. Na lista de indiciados, mais de 15 dirigentes do Ecad e de outras entidades de arrecadação de direitos autorais acusados de irregularidades no recolhimento e administração de recursos (dentre elas, UBC, ABRAMUS, AMAR, SOCINPRO, SBACEM, ASSIM, a maioria já citada neste trabalho). Para o relator da CPI (ASSEMBLÉIA LEGISLATIVA DO ESTADO DE SÃO PAULO, 2010, p. 1), o ECAD tornou-se fim em si mesmo e as denúncias revelam a necessidade de profunda reforma na gestão dos direitos autorais. O relatório final afirma que a gestão coletiva de direitos da música está em “estado institucional anárquico”. E “esta anarquia permite ao ECAD exorbitar das suas obrigações financeiras, legais e estatutárias, dando origem a irregularidades e indícios de crimes como falsidade ideológica, sonegação fiscal, apropriação indébita, enriquecimento ilícito, formação de quadrilha, formação de cartel e abuso de poder econômico”. A CPI também propõe que o Executivo envie com urgência ao Congresso Nacional a proposição legislativa que trata da reforma da LDA. Por último, fruto da CPI do ECAD, o Projeto de Lei nº 129/2012 cria sistema de gestão coletiva de direitos autorais, prevendo regras mínimas de transparência na arrecadação e distribuição dos recursos e transferindo do MinC para o Ministério da Justiça o monitoramento das atividades. Entretanto, o ECAD considera o Projeto inconstitucional e em Dezembro de 2012 o Projeto foi retirado da urgência para ser submetido a “maior discussão”.

Institucionais. Nesse contexto, a deputada federal Jandira Feghali (DIÁRIO DE CUIABÁ, 2012, p. 1), presidente da Frente Parlamentar de Cultura entende que “o problema parece político. Desde o início do ano passado, o Congresso reivindica do Executivo um projeto para substituir a Lei nº 9.610, mas ele não vem. O que está na Casa Civil já passou por oito seminários e duas consultas. Se fosse mesmo prioridade do MinC, haveria celeridade”.

Certo é que enquanto a tecnologia torna os bens cada vez mais acessíveis, as leis de proteção ao direito autoral parecem evoluir simetricamente para o movimento inverso. Na dinâmica de acompanhamento dos novos modelos de desenvolvimento econômico e de produção capitalista, o século XXI revela forte tendência à privatização do conhecimento e da cultura. E a tensão entre as possibilidades de rentabilização das novas tecnologias e os espaços que não emergem dentro do controle direto do capital constitui o jogo de forças quanto ao direito autoral na indústria fonográfica. Se, por um lado, observa-se o fracasso das gravadoras, do ponto de vista econômico, das tentativas de cercear os fluxos informacionais livres; por outro, são encontradas novas formas de remunerar o capital nesse campo.

Quando as tendências tecnológicas caminham para a desmaterialização dos suportes, qual têm sido as estratégias de capitalização da indústria da música? Portanto, de que forma a indústria da música é atingida e de que forma se adequa e mantém a lógica da escassez controlada frente às TICs? Em outros termos: no pólo das *majors*, além da repressão e da concentração já analisados, quais têm sido o investimento para remunerar o capital? Como os modelos tradicionais de negócio da indústria têm sido transformados? Quais os modelos de negócios que favorecem a manutenção da remuneração dos intermediários nesse contexto?

2 Produção cultural musical e direito autoral na “era do acesso”

Se até bem pouco tempo (década de 1990) a indústria da música limitava-se às atividades de produção e comercialização de fonogramas físicos, o formato tradicional de venda direta de mercadorias é substituído cada vez mais pela comercialização do

direito de uso, o que faz que com que o capital funcione sob a forma de empréstimo remunerado com juros. Jeremy Rifkin (2005, p. 42) refere-se ao momento econômico contemporâneo como a “era do acesso”. O autor afirma que as novas tecnologias apontam para a mudança da era em que se compravam produtos, para a era em que se financiam “direitos de entrada”. Nessa dinâmica, as atividades se tornam pagas ou substituídas por relações contratuais sob a forma de associações, assinaturas, taxas de admissão, adiantamentos e tarifas.

No mesmo sentido, Dowbor (2000, p. 15) chama atenção para o universo dos serviços de intermediação, que formam o “capitalismo de pedágio”, em que a produção segue sendo importante, mas a cobrança do direito de trânsito do produto na esfera econômica mundial assume o papel preponderante. O autor exemplifica que na prática não se compra mais o telefone (ou a compra é simbólica), mas paga-se todo mês pelo direito de usá-lo. Não se paga a consulta médica, mas o plano para ter direito ao acesso aos serviços de saúde. A impressora custa bagatela, o importante é a compra regular do toner exclusivo. O que se tem, então, é a corrida pelo aumento da renda, segundo o modelo do “*pay-per-life*”, sem a qual ocorre a privação de serviços essenciais, dentre eles a participação na cultura.

Na indústria da música, o movimento de “desmaterialização” aponta para as formas de remuneração da exploração do digital. Após apresentar a especificidade e a evolução da cadeia de produção fonográfica, o interesse recai para as inovações nos padrões de geração de lucro. O processo aberto que terceiriza a produção, tenta agora assegurar o monopólio da distribuição e, sobretudo, da promoção, por meio do controle do acesso. Diversos são os exemplos que explicam a forma contemporânea de remunerar o capital nesse ramo, levando em consideração que a valorização dessa economia tem sido facilitada pelas posições de monopólio, hoje sob a forma de conglomerados do entretenimento, já comentados neste trabalho.

Segundo dados da IFPI (2012, p. 22), embora tenha havido, entre 2004 e 2010, retração de 31% no faturamento da indústria da música, a venda de fonogramas pelo meio digital inicia em 2003 seu processo de entrada nos circuitos ampliados do capital. Na verdade, os dados disponíveis de receita de música digital são fornecidos pelas gravadoras às suas associações representativas – no caso brasileiro, quem coleta os

dados e produz os relatórios sobre a indústria da música é a ABPD. Esses relatórios nacionais são a base para a geração de dados agregados (em escala mundial) e sua publicação pela IFPI. Mas, segundo levantamento feito pelo GPOPAI (2010, p. 39), enquanto a ABPD reúne atualmente 10 gravadoras associadas¹¹⁴, existem mais de 160 gravadoras atuantes no país, de forma que as empresas vinculadas à ABPD não representam nem 10% das gravadoras que atuam no mercado. Mesmo assim, as gravadoras agregadas à ABPD representam 75% das receitas totais da indústria musical brasileira.

Por isso, os números levantados pela ABPD não deixam de ser relevantes. As filiadas à ABPD são as grandes gravadoras que atuam no país, as quais exercem grande controle sobre os meios de distribuição e promoções, possuindo vendas expressivas. Ou seja, a visão geral do mercado de música que elas fornecem é útil, vez que permite identificar as tendências gerais do mercado. Nesse contexto, o relatório anual da ABPD (2010, p. 3) demonstra que o balanço das receitas digitais aproxima as cifras brasileiras dos patamares mundiais apresentados pela IFPI que, em 2012, corresponderam a 32% do faturamento total da indústria da música mundial (8% a mais que em 2010).

A participação dos formatos digitais nas vendas do mercado brasileiro de música passou a ser contabilizada pela ABPD a partir de 2007. A tabela abaixo demonstra a evolução das vendas digitais nos últimos cinco anos:

Vendas digitais	2007	2008	2009	2010	2011
Faturamento (R\$)	24.287.188	43.503.539	42.778.557	53.964.412	60.852.970
Crescimento	185%	79,1%	- 1,7%	26,2%	12,8%
Participação dentro do mercado total	8%	12%	11,9%	15%	16%

Fonte: ABPD, 2011, p. 4

¹¹⁴ São elas: EMI Music, MK Music, Munic Brothers, Paulinas, Record Produções e Gravações LTDA, Som Livre, Sony Music Entertainment, The Walt Disney Records, Universal Music e Warner Music. Não fazem parte da ABPD outras empresas importantes, incluindo gravadoras de porte significativo tais como a Trama e a Biscoito Fino; além de centenas de outras gravadoras independentes, que possuem sua própria associação, a Associação Brasileira de Gravadoras Independentes (ABMI).

Segundo último levantamento brasileiro da ABPD (2011, p. 9), as receitas digitais representaram 16% do mercado total de música, enquanto as vendas físicas (CDs + DVDs + *Blu-Rays*) registraram crescimento de 7,6%, em relação a 2010. Do crescimento das vendas físicas, 73,5% correspondem a produtos nacionais, sendo que pequeno grupo de artistas/álbuns têm destaque especial e contribuem decisivamente para o resultado¹¹⁵.

As receitas advindas do mercado digital são subdivididas em dois grandes grupos: internet e telefonia móvel. Segundo relatório da Associação (ABPD, 2011, p. 4), do total das vendas digitais no Brasil nos últimos cinco anos, os números de venda na internet ultrapassa a venda pela telefonia móvel. O mesmo relatório aponta também que, de modo geral, houve crescimento em quase todos os formatos de negócios digitais, com destaque para os *downloads* pela internet de músicas avulsas (+310,7%), álbuns completos (+51,2%) e subscrição de serviços de *streamings*¹¹⁶ (+20,6%). Na área de Telefonia Móvel, o crescimento foi impulsionado principalmente por *Master Ringtones* (+12,6%) e *Ringback Tones*¹¹⁷ (+2.516,3%).

Pinto (2011, p. 122) avalia, sob o aspecto mundial, as diversas formas da indústria da música remunerar o seu capital a partir da reorganização dos processos de produção, distribuição e difusão, muitas ainda não contabilizadas nas cifras apontadas. E conclui que, de ponto de vista dos modelos de negócio, as vendas em formatos digitais são a grande aposta do setor. As corporações do disco respondem com a estratégia que combina contenciosos técnico-jurídicos e acordos industriais (notadamente com os sites de música *on-line*), cuja atividade principal é assegurar que os pagamentos de PI remunerem o capital investido. Os esforços de modernização da indústria da música são no sentido de manter a situação dos intermediários. Dentre as principais estratégias de geração de lucro para a cadeia musical, destacam-se as seguintes formas de negócio, a maioria ligada ao comércio interempresas: lojas virtuais; venda embarcada;

¹¹⁵ É o caso, no ano de 2011, do CD e DVD “Ao vivo de Paula Fernandes” (Universal Music) e do CD “Ágape Musical” de Padre Marcelo Rossi (Sony Music).

¹¹⁶ O streaming é a técnica de reprodução de arquivos multimídia por meio da rede, caracterizada pelo fato de que o arquivo do conteúdo não permanece no dispositivo do usuário após a reprodução. Quer dizer, caso ele deseje reproduzi-lo outras vezes, terá que “baixar” o conteúdo novamente do servidor.

¹¹⁷ Fabio Losso (p. 169) explica que atualmente, com o advento dos *mastertones* ou *truestones* se faz possível a inclusão, com alta qualidade, de trechos – ou da íntegra – de obras musicais digitalizadas, para servir de alerta de chamada ao usuário. Assim, a expressão *ringtones* indica o gênero que contém as espécies de alertas, desde os mais rudimentares e polifônicos até e os modernos *mastertones* e os recentíssimos *ringback tones*.

sincronização em filmes, propaganda e vídeo games; *streamings*; licenciamentos; *merchandisings*; shows ao vivo e execuções públicas.

Nesse sentido, cita-se o discurso de uma grande gravadora brasileira (GPOPAL, 2009, p. 155):

GPOPAL – [Você] acredita na propriedade intelectual?

GRANDE GRAVADORA: Propriedade intelectual tem valor assim como um carro. São pessoas que vão produzir aquilo ali. [...] o roubo de um Mercedes é igual ao roubo de uma música. A propriedade [intelectual] deveria ser percebida como a propriedade física. Na verdade, não há nada de imaterial na propriedade intelectual. Foi uma pessoa que perdeu o tempo dela, que passou fome, que ralou naquele ‘troço’, que passou por um perrengue ‘do cacete’ porque acredita num negócio que as pessoas tem prazer de ouvir. E a propriedade intelectual tem que existir. De uma maneira criativa. De maneiras criativas, se é que você me entende.

Entre as novas formas de rentabilização da indústria da música, a mais “antiga” surgiu com o lançamento da loja *iTunes* pela empresa Apple. A *iTunes* foi a pioneira e é a atual líder desse segmento do mercado fonográfico, que consiste na venda “à la carte”, de arquivos de músicas, vídeos de shows, dentre outros serviços. Além da *iTunes*, outras empresas vem crescendo no setor, a exemplo da *Amazon*, uma das maiores varejistas *on-line* do mundo, que em 2007 lançou seu serviço de *downloads* de MP3 *DRM-free* (sem travas tecnológicas).

Na venda de música embarcada, Pinto (2011, p. 62) exemplifica que empresas como Danone, Deel e Coca-Cola estiveram com ação em que o consumidor compra o produto entra com código e faz *downloads* de músicas. Quer dizer, essas empresas compram e distribuem a música como estratégia de *marketing*. Entre os diversos modos de se realizar a venda da música embarcada, o que mais chamou atenção do autor foi o lançamento de CD da banda NX Zero, contratada pela Universal, que ajudou a vender mais de um milhão de celulares da empresa Motorola. “Cerca de 800 mil telefones celulares foram vendidos contendo o álbum da banda, algumas faixas de vídeo, cenas de bastidores e papéis de parede”, afirma Pinto. A gravadora Sony Music Entertainment e a Sony-Ericson, empresas do mesmo conglomerado, chegaram a acordo similar com a banda brasileira Jota Quest, tendo vendido 900 mil celulares.

Outra fonte de receitas obtidas pelas gravadoras se relaciona à sincronização de músicas em filmes, propagandas e vídeo games¹¹⁸. A sucursal da Universal Music no Reino Unido (IFPI, 2012, p. 22) relata que as receitas advindas da sincronização em games já ultrapassa as de filmes e estão atrás somente da sincronização em propaganda. O setor de jogos como um todo está se tornando fonte cada vez mais significativa de demanda por música. Só em 2008, a indústria de jogos eletrônicos teve receitas globais em torno de US\$ 48,3 bilhões, e projetava crescimento das receitas anuais para patamares em torno de 68,3 bilhões até 2012. Títulos como *Guitar Hero* e *Rock Band* possibilitam ao jogador fazer *downloads* de músicas na internet por meio do console do jogo. A empresa Microsoft relatou vendas de 3,8 milhões por mês em músicas no *Xbox Live*¹¹⁹.

Quanto ao *streaming* (modelo de acesso por excelência) citam-se os serviços de assinatura digital, a exemplo do Sonora, do portal Terra; além das atividades de “rádio” *on-line*¹²⁰. Segundo o Terra (2012, p. 1), o Sonora é amplo repositório de música digital contendo milhões de músicas em seu acervo, “100% legalizadas”. O serviço custa para o consumidor de 9,90 a 59,90 por mês e dá acesso a número mensal limitado de *downloads* definitivos (sem DRM) de arquivos MP3 (de 10 a 250), reprodução de música *on-line (streaming)* ilimitada e número ilimitado de *downloads* de arquivos de MP3¹²¹.

Além disso, as gravadoras, que hoje são também “donas” da imagem do artista, procuram vender cada vez mais produtos (produção terceirizada) com base na “marca” dos seus artistas (bonés, camisetas, vinho, uísque etc.). O AC/DC, banda de rock australiana, lançou em 2011, coleção de vinhos com o nome de suas canções mais

¹¹⁸ Essas novas tecnologias levantam o problema da distribuição dos direitos autorais entre os diferentes detentores, já que o produto pode incluir, ao mesmo tempo, texto, imagem e som, por exemplo.

¹¹⁹ Alguns artistas vêm sendo bastante receptivos para lançar músicas por meio de vídeo games. Em 2008 a banda Metallica lançou seu último álbum como *downloads premium* para jogo musical no mesmo dia em que lançou o álbum.

¹²⁰ As chamadas “rádios” *on-line* constituem inovação trazida pela internet. Nelas, a definição de *Webcasting*, geralmente significa o *streaming* não-interativo de áudio na Internet. Consta-se, entretanto, imprecisão terminológica na denominação, já que as “rádios” *on-lines* não praticam a radiodifusão nem tampouco são objeto de regulação estatal, por não utilizarem o bem público do espectro da radiofrequência. Citam-se algumas “rádios” *on-lines*: Last.fm, Pandora, SomaFM, Live365 e MTV.

¹²¹ Pinto (2011, p. 153) relata que, além dos serviços mais específicos que tem como base o acesso, outros fluxos de receitas estão sendo obtidos pelas gravadoras de forma indireta, por meio do licenciamento de músicas que são veiculadas em redes sociais – como no MySpace – ou em sites de *streamings* de vídeos – como o Youtube. A remuneração, nesses casos, podem se dar tanto por taxas de licenciamento como por participação percentual nas receitas desses sites relacionadas à publicidade.

famosas; no mesmo ano o *Motley Crue*, banda estadunidense de rock, teve seu nome coloca em série limitada de garrafas de uísque da marca estadunidense *Jack Daniel's*. Com efeito, a indústria se concentra, então, no processo de persuasão do consumidor a identificar-se com seus artistas através da prática do *merchandising*.

Quanto aos shows ao vivo, os contratos agora prevêem, dentre outras coisas, a taxaço, em média, de 10% da bilheteria de seus artistas (desde 2005 a elevação dos preços dos ingressos está bem acima da inflação registrada no Brasil). Na verdade, o produtor fonográfico somente participa dos direitos conexos relativos à execução pública das gravações porque investiu seu capital na produção dessas mercadorias – sem qualquer justificativa de criação ou originalidade que o fundamente¹²².

Por último, outra fonte de rendimento que nos últimos anos vêm crescendo em todo o mundo são as execuções públicas de música - em festas públicas ou privadas, restaurantes, hotéis, rádios, entre outros. Pinto (2011, p. 152) afirma que essa forma de lucrar das associações ligadas às gravadoras vem ganhando cada vez mais importância e, no Brasil, a arrecadação realizada por meio ECAD já equivale ao total das receitas advindas das vendas de música de formatos físicos. Segundo dados sistematizados por Isabela Cribari (2006, p. 218), os chamados “usuários de música”, ou seja, aqueles que fazem a utilização pública das músicas somam mais de 200 mil no cadastro do ECAD e para eles são direcionados, mensalmente, 40 mil boletos¹²³.

Se a arrecadação obedece a critérios complexos, a distribuição não fica por menos. O ECAD distribui o arrecadado às associações que, por sua vez, repassam para os artistas e elas associados. Ou seja, para receber renda relativa aos direitos autorais e conexos, é necessário que o autor/músico seja filiado a uma das associações que compõem o ECAD, além de cadastrar suas composições. Cribari (2006, p. 79) explica

¹²² Segundo Portal Folha de São Paulo (2012, p. 1) as gravadoras/produtoras de shows têm se unido contra meia-entrada a partir da criação de associações. Segundo declaração de Leo Ganem, presidente da Geo Eventos: “as empresas de entretenimento ao vivo não estão se unindo porque se amam, mas porque precisam se fortalecer em conjunto. Com a meia-entrada o Estado faz política pública com dinheiro privado”.

¹²³ Esses usuários compõem estabelecimentos e empresas que fazem os mais diferentes usos das obras musicais. Entre eles, estão promotores de eventos e audições públicas (shows em geral, circo etc), cinemas, emissoras de radiodifusão (rádios e televisões de sinal aberto), emissoras de televisão por assinatura, boates, clubes, lojas comerciais, micaretas, desfiles de escola de samba, estabelecimentos industriais, hotéis e motéis, supermercados, restaurantes e bares, shopping centers, ônibus e trens, consultórios e clínicas, pessoas físicas ou jurídicas que disponibilizam música na internet, academias de ginástica etc.

que em 2005, a arrecadação total feita pelo ECAD foi de R\$ 227.261.841,24. O total distribuído foi de R\$ 187.794.398,20. A diferença se deve à entidade. Do total arrecadado, 18% são destinados à administração do próprio escritório e 7% ao custeio das associações que o integram. Dos 75% restantes, cerca de ¼ vai para o pagamento dos direitos estrangeiros e o restante aos direitos dos titulares nacionais e estrangeiros domiciliados no Brasil.

Abaixo o quadro de distribuição do ECAD:

Intermediários				Autores e intérpretes			
ECAD + Associações	Editor	Subeditor	Produtor	Autor	Versionista	Intérprete	Músico
52%				48%			
27%	9%	8%	9%	37%	0,2%	8%	3%
R\$ 69.017.847	R\$ 21.897.486	R\$ 19.798.744	R\$ 22.528.965	R\$ 93.626.147	R\$ 557.187	R\$ 19.650.161	R\$ 7.670.620

Fonte: Abramus. Elaboração: Gpopai

Com efeito, as mudanças nos modelos de negócios na indústria da música são no sentido de manter o favorecimento desproporcional dos intermediários em relação aos criadores. Nesse contexto, o músico, mais que contratado, é “colaborador” e “parceiro” do intermediário. O ápice dessa nova forma de subsunção são os chamados contratos de 320 graus, em que a indústria tem muito mais controle sobre a receita geral advinda da exploração da carreira dos artistas. Quer dizer, no intuito de se afirmar cada vez mais como intermediária, a empresa pretende participar de todas as atividades “produtivas” de músico, de alguma forma, contratado.

Nesse sentido, Márcia Tosta Dias (2005, p. 21) analisa:

O que se observa [...] é a definitiva fragmentação do processo produtivo da grande indústria fonográfica no qual serão terceirizadas, principalmente, as etapas de gravação, fabricação e distribuição física do produto, ficando nas mãos das transacionais o trabalho com artistas e repertórios, marketing e difusão. As grandes empresas funcionam em escritórios de gerenciamento de produtos e elaboração de estratégias de mercado.

Na mesma perspectiva Fabio Losso (2008, p. 154) nota que se o ato de gravar o disco, quando realizado, é praticado por terceirizadas; a própria denominação “gravadora” para designar os representantes da indústria da música pode demonstrar-se equivocada, vez que o seu papel na atualidade é proporcionar recursos de investimentos; utilizar experiência em *marketing*; fornecer canais de distribuição; e prestar assessoria jurídica, mormente contratual, tratando de licenciar os diversos usos da obras. Pode-se afirmar, portanto, que a indústria fonográfica é, sobretudo, indústria de direitos, dependente das normativas legais da PI e das licenças em torno do direito ao acesso.

Mas a mesma tecnologia que possibilita esses novos espaços de rentabilização para a indústria da música presta-se a questionar a tradicional forma de entender os direitos autorais, presos ao arcabouço patrimonialista que afeta tanto os bens tangíveis como os bens intangíveis. Diante das possibilidades inauguradas pelas TICs, buscam-se também emblemas da necessidade de equilibrar a posição do autor ou criador frente aos intermediários culturais, de forma a reforçar as alternativas dos músicos em produzir, distribuir e comercializar suas obras diretamente.

3 Licenças criativas ou *copyleft*

Com efeito, a lógica da escassez controlada foi mais facilmente aplicada até a internet difundir o compartilhamento. Porque ao contrário da propriedade tradicional, os bens culturais são bem não-rivais¹²⁴. Quer dizer, o uso de uma pessoa não exclui o uso de outras, de forma que na lógica da economia das ideias, a ideia ganha mais valor à medida que é partilhada. Em outros termos: uma ideia partilhada por duas pessoas dá

¹²⁴ Pedro Paranaguá (2009, p. 1) ilustra o sentido de bens não-rivais: “se temos um celular e duas pessoas, enquanto uma delas utiliza o celular, a outra não pode usá-lo, tem de guardar. Se temos uma música e duas pessoas ou mil pessoas, elas poderão escutar a música ao mesmo tempo”.

duas ideias. Por isso, ao mesmo em que o capital pode se valer das TICs para remunerar seus investimentos; essas mesmas forças produtivas (meios de comunicação) frequentemente podem entrar em confronto com as relações de produção (propriedade privada) no campo da cultura.

Pinto (2011, p. 111) afirma que a música é o produto cultural mais compartilhado nas redes eletrônicas. Na verdade, a cadeia da economia da música informa que do modelo aberto de produção, generalizado mundialmente no processo de reestruturação dos anos 1990, passou-se ao modelo ‘involuntariamente aberto’ de distribuição através das plataformas de circulação *on-line*. Como forma inovadora de relação contratual entre produtores e usuários que emerge no contexto do uso das TICs encontram-se as chamadas licenças criativas ou *copyleft* (trocadilho com *copyright*¹²⁵). Surgidas a partir dos *softwares* livres, a licença *creative commons* (CC) fazem parte do movimento que se coloca como alternativa à PI tradicional na distribuição de bens culturais.

A partir da constatação de que o direito autoral, quando aplicado à produção de *software*, só conseguia atender a demandas econômicas, impedindo possibilidades de produção e distribuição de programas de computador, Richard Stallman, ex-programador do Laboratório de Inteligência Artificial do MIT (Instituto Tecnológico de Massachusetts), iniciou, em 1984, o movimento *software* livre. O projeto, ousado na área de programação de *software*, permitiu a Stallman formatar sistema operacional que continha licença aberta para que ele fosse compartilhado, de forma voluntária e colaborativa entre os utilizadores do programa.

Por iniciativa do *Free Software Foundation* (FSF) foram elaboradas as condições gerais para o livre uso e manipulação do programa disponibilizado. De acordo com os princípios da Licença Pública Geral (LPG), aquele que mudar o GNU41 (código fonte) do programa, deveria possibilitar a qualquer outra pessoa a alteração do sistema de forma livre. Ou seja, o código-fonte tornou-se acessível a qualquer um por ato de vontade do seu criador. Portanto, há que ficar claro que o *software* livre não se distingue dos demais em virtude de mecanismos técnicos, nem tampouco há que se confundir *software* livre com *software* gratuito. Com efeito, o grande passo dado por Richard

¹²⁵ O direito de PI tem possibilitado duas visões: uma conservadora, denominada *copyright*, que prescreve que a obra pertence ao autor e todos os direitos lhe são reservados; e outra, liberal, denominada, *copyleft*, que não limita o direito de cópia e incentiva a livre reprodução da obra.

Stallman foi manter o código-fonte do *software* aberto, de forma a permitir as chamadas quatro liberdades fundamentais: a liberdade de executar o programa, para qualquer propósito; a liberdade de estudar como o programa funciona, e adaptá-lo às suas necessidades; a liberdade de redistribuir cópias; e a liberdade de aperfeiçoar o programa e liberar os seus aperfeiçoamentos.

Segundo Ronaldo Lemos (2005, p. 73), o movimento do *software* livre é “ um perfeito exemplo de subversão das instituições jurídicas que, embora pequena, representa significativa resposta aos arranjos institucionais tradicionais que envolvem a PI”. Para o autor, a licença livre foi criada valendo-se de canais diferentes daqueles traçados pelos sistemas jurídicos e políticos tradicionais, e, ao mesmo tempo, produziu impacto sobre ambos. Essa subversão institucional ocorrida de baixo para cima, afirma, trouxe consigo consequências valorativas, econômicas e cognitivas. Porque enquanto os defensores do modelo proprietário pensam que a base da criatividade é a PI: sem ela, não haveria incentivo para a produção de inovações – e sob essa perspectiva, só há interesse em criar, inovar e produzir, se houver garantia de retorno privativo do investimento; os defensores dos *softwares* livres, como Stallman, Barbrook e Silveira entendem que liberdade e compartilhamento são as bases da criatividade e inovação. E a lei, por sua vez, não deve bloquear esse fluxo.

Certo é que a ideia das licenças *copyleft* se emancipou da produção de *softwares*¹²⁶ e se tornou bandeira tanto para grupos de contestação dos direitos autorais quanto para novas licenças criativas que foram se formando. Nesse contexto, importante iniciativa declaradamente influenciada pelos paradigmas do *software* livre são as licenças *Creative Commons*, criada em 2001, pelo grupo de pesquisadores, professores e criadores coordenados pelo advogado estadunidense Lawrence Lessig, professor da Universidade de Stanford.

¹²⁶ A comunidade de programadores em *softwares* livres se expandiu por todo mundo, tornando-se o modelo de organização declarado para diversos movimentos sociais, tais como os coletivos que compõem o Centro de Mídia Independente e os movimentos contra-hegemônicos iniciados em Seattle. Rafael Evangelista (2010, p. 10) explica que, embora tenha nascido nos EUA, em meio à popularização do uso dos microcomputadores, o movimento *software* livre ganhou especial relevância política no Brasil. Após menos de dez anos de atuação, já ganhou destaque pelo número de integrantes, pelo tamanho de seus eventos (o Fórum Internacional de *Software* Livre, realizado anualmente em Porto Alegre, está entre os dois maiores do mundo) e por sua influência junto a governos. Na imprensa internacional, o Brasil já foi classificado, em matéria de publicações especializadas, como o “maior e melhor amigo do *software* livre”.

Sua intenção foi criar conjunto de licenças que amparassem criadores dispostos a publicar livremente suas obras, pois na conjuntura jurídica estadunidense, se o autor pretendesse fazê-lo, sua única alternativa era não registrá-la com o *copyright*, ficando a obra em domínio público. Além disso, não haveria também formas pelas quais o artista pudesse declarar suas vontades de licenciamento, pois ou a obra permanecia completamente restrita ou sem restrição nenhuma. Na verdade, esse era um dos grandes problemas relacionados à inserção da internet como meio de distribuição de bens culturais.

Diante disso, o *Creative Commons* cria a opção do meio-termo legal entre "todos os direitos reservados" dos contratos de direito autorais tradicionais e o domínio comum porque é baseado na idéia de proporcionar instrumentos concretos (as licenças) aos criadores para que possam regular os usos de suas obras. Quer dizer, as licenças são instrumentos legais que permitem aos autores estabelecer os termos sob o quais querem compartilhar suas obras, deixando que outros as usem, copiem, distribuam e modifiquem, mantendo seu direito moral ao reconhecimento como criadores e proibindo, por exemplo, o uso comercial. O CC se posiciona, portanto, como moderador das autorizações de uso e põe à disposição dos autores licenças *à la carte*, cuja redação se incorpora ao *site* ou suporte da obra por meio do qual se regulam os usos autorizados pelo autor com respeito à referida obra.

O grande trunfo das licenças CC é ser facilmente associadas a qualquer tipo de produto cultural que possa ser protegido pelo direito autoral. Por sua funcionabilidade na proteção de obras abertas, as licenças CC logo foram traduzidas legalmente em outras línguas. Desde então, o CC é a licença mais bem sucedidas das licenças criativas existentes, contando com apoio de criadores, instituições e governos¹²⁷. Hoje há vídeos, músicas, livros, *softwares*, imagens, sites, blogs, roteiros etc. protegidos com sua autorização. No Brasil, terceiro país a se integrar à iniciativa, o CC funciona em parceria com Escola de Direito da Fundação Getúlio Vargas do Rio de Janeiro que traduz e adapta o mecanismo ao ordenamento jurídico brasileiro. Tal iniciativa partiu de

¹²⁷ Por exemplo, todo o conteúdo das operadoras da Agência Brasil e da Radiobrás – do Governo Federal do Brasil – são licenciadas em CC, além de todo material produzido e disponibilizado pelas políticas públicas de inclusão digital do Ministério da Cultura – os Pontos de Cultura, disponíveis no site Estúdio Livre50 –, que além de serem licenciados com essa licença, são produzidos com *softwares* livres. Desde agosto de 2003, a rede pública de notícias britânica, a BBC, também trabalha com licenças do CC, com a intenção de disponibilizar livremente todo o seu arquivo produzido.

Ronaldo Lemos em 2003, e possui amplo apoio do Ministério da Cultura. Isso significa que as licenças CC são legalmente aceitas no território brasileiro e possuem validade jurídica ao proteger obras abertas¹²⁸. Por exemplo, se a música tem licença que permite o uso não comercial, rádio comunitária poderá executá-la sem risco de ser processada, como ocorreria no caso do uso de obras com direitos de transmissão reservados.

Mas embora as licenças criativas representem crítica aos abusos da rigidez do direito autoral, não os questionam fundamentalmente, nem mesmo os enfrenta. Baseiam-se, antes, na expressão da vontade do direito do autor. Apesar de fazer alusão à inversão do *copyright*, o *copyleft* nada mais é do que próprio estatuto do *copyright* em que o autor libera os direitos de uso, reprodução, distribuição e, eventualmente, de alteração. Em outros termos, o *copyleft* não está abrindo mão de seus direitos autorais. Na verdade, o titular está se valendo dos seus direitos de autor para, através de licença, condicionar a fruição desses direitos por parte de terceiros. Por isso as licenças criativas não trazem alterações substanciais aos princípios clássicos do *copyright*, salvo o de, por meio de licença apropriada, permitir tais liberdades. Em síntese, as licenças criativas ou *copyleft* são produto direto do direito de propriedade do autor e consiste em modalidade de exercício voluntário, por meio de licença jurídica. Daí a crítica ao resgate do coletivo no paradigma participativo da pós-modernidade, mas que, em última análise, não problematiza a estrutura, mas movimenta-se dentro das conjunturas do possível.

Nesse sentido, em ensaio intitulado “*Nobody has to be vile*”, Slavoj Zizek (2006, p. 23) descreve o que ele chama de “liberal-comunistas”, que seriam os verdadeiros inimigos dos progressistas hoje. Entre os valores básicos desse grupo, o autor cita o paradigma do diálogo e da cooperação; e a oposição tanto à direita autoritária quanto ao que chamam de velha esquerda ultrapassada. Em termos produtivos, tratar-se-ia não de produzir para o mercado, mas em estimular formas de colaboração social. Com efeito, além da semelhança discursiva com os neo-marxistas do Capítulo 1 deste trabalho¹²⁹,

¹²⁸ Para proteger qualquer obra com licenças CC é simples e sem custos. Basta acessar a página e preencher formulário *on-line* sobre a forma de proteção, o tipo de uso permitido, o suporte da obra etc. Depois, é só indicar, em algum lugar na obra, o tipo de licença escolhido nos ícones disponíveis.

¹²⁹ Assim como nas observações teóricas dos neo-marxistas, é possível observar o resgate do coletivo em paradigma pós-moderno participativo a partir da noção de inteligência coletiva desenvolvida por gurus e filósofos da cibercultura. Pierre Levy (1999, p. 29) o explica como “modo de realização da humanidade” que adviria do estabelecimento de sinergias entre competências, recursos e projetos, na ativação de modos de cooperação flexíveis e transversais.

pode-se relacionar as ideias *free* ou *open* dos “liberais-comunistas” com o movimento atual do capitalismo baseado no terceiro setor, no paradigma cultural e criativo e no trabalho flexível. Nessa perspectiva, Rafael Evangelista articula ideologia, trabalho e poder no *software* livre concluindo que o movimento do *copyleft* associa-se aos modelos de negócios da informática que vêm sendo dominado pela comercialização de serviços agregados nos licenciamentos de programas¹³⁰.

Mas no jogo de determinações entre forças produtivas e relações de produção não só os modelos das licenças criativas ou *copyleft* são chamados a participar. Além de poder ser apropriado pelos movimentos mais à esquerda, de forte interação com as mobilizações sociais, as relações de produção também são questionadas no movimento de resistência de conteúdo de desobediência civil eletrônica. Dentre eles, o mais representativo é o hackativismo. A união entre ação de hackers e ativismo político-contestatório – embora seja meta difícil de ser alcançada na atualidade, dada a tamanha distância ideológica entre essas duas esferas – visa alcançar êxito ao bloquear o fluxo de informação institucional.

Mais recentemente o conceito da desobediência civil eletrônica tem se destacado da conjuntura hackativista e se espalhado para outras esferas de ativismo, dentre elas, a do direito autoral. Embora não haja convergência discursiva entre os coletivos que declaram desobediência civil às leis de direito autoral, cita-se o coletivo brasileiro Sabotagem e o Partido Pirata sueco, além do grupo italiano Wu Ming e do servidor *The Pirate Bay*.

O coletivo Sabotagem é célula anarquista de desobediência civil eletrônica das leis de direito autoral. Atuante desde 2004, o coletivo começou sua ação direta disponibilizando livros restritos pelo direito autoral, digitalizando-os em sua página. Mais recentemente ele vem disponibilizando também vídeos, músicas e *softwares* relacionados à digitalização do conteúdo digital na rede. Em seu primeiro manifesto intitulado “O Movimento somos Nós” (COLETIVO SABOTAGEM, 2012, p.1), o grupo parte do pressuposto que as leis de direito autoral e os bens culturais são, na

¹³⁰ As evoluções dessas “tecnologias intelectuais” só são possíveis a partir do momento que elas são compatíveis com as estruturas econômicas, sociais e políticas existentes. Em outras palavras, não são as tecnologias intelectuais que modificam as estruturas econômicas, sociológicas e políticas e, conseqüentemente, não é possível sustentar a tese do determinismo tecnológico. Nessa perspectiva, seria igualmente possível afirmar que a natureza das mídias e as modalidades de apropriação da informação dependem da lógica global da acumulação.

atualidade, “o bem mais precioso” da sociedade da informação. Nesse sentido, trabalhar em prol da desobediência civil das leis de direito autoral é agir sobre a nova orientação da economia capitalista: o fluxo de informações proprietárias. Por isso,

A perspectiva de sabotar o mecanismo relacional da produção e do consumo da cultura terá, por sua vez, implicações na estruturação do regime de gerência da propriedade intelectual, nas leis que a regem e nos lobbies de grandes editoras corporativas que agem dentro dos parlamentos. É claro que tudo isso não ocorrerá com a publicação ilícita de meia dúzia de títulos por um punhado de idealistas, dependerá do alastramento desse tipo de iniciativas na internet e principalmente na impressão irrestrita de obras, numa clara atitude de violação das leis que ditam os direitos autorais. Fazemos essa violação abertamente, publicamente, motivados pela ilegitimidade da instituição dessas leis, que só favorecem o truste das empresas editoriais. Designar os focos de poder, denunciá-los, falar deles publicamente, forçando a rede de informação institucional é uma primeira inversão de poder.

Em última análise, destaca-se o movimento pirata, iniciado em 2006¹³¹ a partir da constituição do *Pirate Partiet* (PP) sueco. O Partido acredita na drástica redução do tempo de monopólio do autor sobre sua obra, de setenta anos após a morte do autor para cinco anos após a publicação. Para eles, a vida comercial dos produtos culturais vem diminuindo progressivamente, e não há necessidade de estender tanto o tempo do monopólio. O Partido pretende também banir qualquer meio técnico ou jurídico que impeça a cópia e a distribuição do produto cultural comprado, pois acredita ser injusto obrigar o consumidor a respeitar lei que, além de ser considerada injusta, é amparada por argumentação duvidosa.

Nesses termos, o Partido Pirata sueco tem proliferado de sua reivindicação política e estrutura partidária para outros países da Europa e em outros continentes. Meses após sua fundação, muitos outros partidos piratas se estabilizaram em diversos países. De acordo com a página oficial do PP, há partidos piratas estabilizados na África do Sul, Alemanha, Austrália, Áustria, Bélgica, Espanha, Estados Unidos, França, Itália, Peru, Reino Unido e Rússia. O Partido Pirata do Brasil nasceu em 2012, ainda pendente

¹³¹ Embora o PP já possuísse proposta política, ele ainda precisava ser reconhecido legalmente para concorrer às eleições parlamentares. Nas leis eleitorais da Suécia, para que o partido possa se legalizar e concorrer às eleições parlamentares, ele precisa conquistar 1.500 assinaturas a favor de sua inclusão na disputa política. O Partido Pirata conseguiu, em trinta e seis horas de recolhimento, 4.725 assinaturas *online*. Mas, a lei eleitoral só aceita assinaturas escritas à mão, que foram conseguidas em 10 de fevereiro de 2006. Diante disso, o Partido conseguiu participar das eleições parlamentares em 17 de setembro de 2006.

de registro no Diário Oficial. Há ainda discussões para possível formação de partidos na Argentina, Bulgária, Canadá, Dinamarca, Nova Zelândia, Polônia, República da Irlanda, Romênia, Sérvia, Portugal, Suíça, Ucrânia. Além disso, ativistas de diversos países estão se movimentando para construir o PP International.

Para avançar na compreensão das mudanças e persistências que incidiram sobre a produção, distribuição e consumo da música no Brasil a partir da emergência da reestruturação capitalista e sua relação com o direito autoral e conexos, são analisadas as estratégias de ação dos chamados artistas independentes. Como se estrutura atualmente a renda dos músicos e qual o papel desempenhado nela pelo direito autoral? Como os músicos estão organizando a produção e divulgação do seu trabalho e licenciando sua produção? Qual a sustentabilidade de suas carreiras? Como entendem e se relacionam com as questões ligadas ao ECAD?

Nesse contexto em que número reduzido de corporações ainda assume o protagonismo do ambiente cultural, este trabalho se volta agora na emergência de movimentos, redes e meios alternativos de expressão, interação e mobilização que atentem, em última análise, para políticas públicas de acesso a bens culturais, com ênfase no papel dos direitos autorais na garantia e/ou restrição desse acesso.

Capítulo II

Os “(in)dependentes”

1 Grupo focal e material de análise

Diante do que já foi comentado nos capítulos anteriores acerca do crescente interesse do capitalismo contemporâneo pelo campo cultural, valorizado sob a lógica da acumulação pós-fordista, o direito autoral e conexos despontam não só como paradigma de remuneração para o autor, mas, sobretudo, como extração de lucro para o capital. Acontece que essa dinâmica amparada sob forte mediação tecnológica de produção e valorização do cultural pelo direito do autor não se dá sem contradição para o próprio capital. Isso pode ser melhor analisado a partir do exame de espaços que não emergem sob o controle direto da lógica da escassez controlada, chamados usualmente de “independentes”. Nesses contextos hipoteticamente “à margem” das tradicionais formas de se entender o direito do autor, até aonde vai a ruptura, e até aonde vai a continuidade da relação de apropriação do trabalho pelo capital? E qual o sentido do direito autoral nesses casos enquanto paradigma de remuneração do trabalho?

Por isso o foco, agora, recai sob o músico. Se a economia da cultura e, especialmente, a música, tem sido objeto de vários estudos nas mais diferentes áreas do conhecimento; o trabalho do músico, enquanto categoria social e econômica, tem recebido bem menos atenção. Quer dizer, observa-se o final da cadeia econômica dessa estrutura, esquecendo o seu começo que renuncia o olhar sob o seu produtor. Enquanto a carência de informações sobre as condições concretas nas quais o trabalho do músico está sendo desenvolvido contribui para a ideia de dom ou talento natural, fetichiza-se o direito autoral enquanto emblema de recompensa.

Bem se nota, portanto, a importância em abordar questões que, ainda que não diretamente relacionadas ao direito autoral, emergem como decisivas para a compreensão dessa categoria de trabalho e sua forma de remuneração. Por isso tenta explorar, primeiro, as particularidades e perfil dessa atividade profissional: a regulamentação do trabalho do músico; as funções exercidas na área; os locais de

trabalho; o tipo de contratualização estabelecida nas relações; a filiação à OMB e/ou a algum sindicato; dentre outros aspectos. Depois, afunila-se a discussão, chegando ao músico independente brasileiro, enquanto emblema da reestruturação produtiva na cadeia da economia da música. Procura-se considerar as diferentes formas por meio das quais eles produzem, distribuem, promovem e licenciam música; sua estrutura de renda; sua percepção sobre ECAD e direitos autorais; bem como sustentabilidade da carreira e financiamento público, dentre outras variáveis encontradas.

Para tentar abordar essas questões foram utilizadas duas metodologias. Primeiro, foram analisadas fontes documentais: quantitativas já existentes sobre a profissão do músico de forma geral (utilizam-se aqui, principalmente, de pesquisas recentes realizadas pelo CEBRAP/OIT (CITAR) e Requião (2008); e qualitativas quanto à especificação do músico independente, prioritariamente por meio da pesquisa realizada pelo GPOPAI. Nesse primeiro momento, embora se utilize de fontes documentais já existentes, problematiza-se a forma de tratar o grupo focal “artista independente”, além propor acréscimos quanto às informações captadas. Segundo, e ainda na tentativa de delinear aspectos exploratórios dessa categoria, cita-se o exemplo do tecnobrega no Pará e realiza-se pesquisa de campo com alguns músicos da chamada “cena independente” na cidade do Recife.

Em última análise, busca-se aqui não apenas aprofundar diagnósticos sobre a mercantilização generalizada de sons e imagens, a precarização do trabalho e o papel do direito autoral nesse processo, como também questionar a hegemonia ideológico-cultural do neoliberalismo que deposita suas fichas na complexa relação Capital/Estado para respaldar o funcionamento da indústria cultural. Nesse contexto, enquanto o direito autoral tenta cumprir o seu papel, outras representações surgem no sentido de propor “outra comunicação possível”, em que os sistemas globais de mídia não sufoquem laços comunitários e direitos coletivos. Resta saber o alcance dessas “novas” possibilidades.

2 Pesquisas e apresentação de resultados

2.1 O músico enquanto trabalhador

A análise da atividade profissional ligada ao músico envolve enormes dificuldades. Desde o caráter profundamente informal do setor até a carência de tipologia que abranja a complexidade do mercado da música. Tomando como base levantamento feito em 2004 pelo Centro Brasileiro de Análise e Planejamento – o CEBRAP – (CITAR), sob os auspícios da OIT, os músicos compõem categoria majoritariamente masculina, com percentual maior de negros do que a média dos ocupados, levemente mais permeável a baixa escolaridade que as outras atividades profissionais e com grande concentração entre a faixa etária que vai dos 25 aos 40 anos, marcado por alto grau de informalidade. Segundo a pesquisa do CEBRAP, dentre os que reconhecem ocuparem-se da música, 66,1% afirmam ser autônomos, ou seja, sem vínculo empregatício fixo, enquanto 26,1% afirmam ser “assalariados”, ou seja, com carteira assinada.

A informalidade que marca profundamente a música como profissão tem inúmeros princípios. José Paulo Pinto (2011, p. 43) repara que ela está ligada a informalidade que caracteriza, de ponta a ponta, o próprio mercado da música. Porque segundo o autor, a resposta à reestruturação produtiva por meio dos processos de terceirização, flexibilização e subcontratação nem sempre se deu nos moldes formais. E o surgimento de pequenas e médias produções musicais – dentre essas se inclui, com cada vez mais destaque, a auto-produção – não assume, na maior parte dos casos, o arranjo de empresa formalmente constituída.

Mas, segundo a pesquisa da CEBRAP (CITAR) para além das características do próprio mercado, a informalidade desse segmento profissional se explica em grande medida pelo fato de que a música não é, para a maioria dos seus praticantes, atividade que pode ser classificada como “principal”, de modo que poucos — ou pouquíssimos — são os músicos que, de fato, vivem da música e para a música. Com efeito, o estudo observa que a razão dessa informalidade pode ser atribuída, portanto, ao baixo valor de sua remuneração, o que está diretamente relacionado tanto ao direito autoral enquanto paradigma de recompensa, quanto às condições objetivas desse tipo de trabalho.

Com intuito de aprofundar o conhecimento acerca da processualidade das relações de trabalho dessa categoria, Luciana Requião (2008, p. 22) realizou estudo de

campo, na Cidade do Rio de Janeiro, em 2008, aplicando questionário a 80 músicos que tocam nas casas de show no bairro da Lapa. A pesquisa, sua tese de Doutorado na UFF “Eis aí a Lapa...”, começa observando que a região da Lapa foi revitalizada com dinheiro público da Secretaria de Cultura do Estado, sob os auspícios da “defesa da identidade de um povo”, “democratização do acesso à cultura”, “diversidade cultural” e “outros jargões de marketing cultural”, afirma a autora. Requião atenta que embora o tom otimista da economia da cultura frise que a movimentação econômica da região gira hoje em torno de 36 milhões semanais, “movimentando transporte, hotelaria e outros setores produtivos”, não é “com esse otimismo rosa” que os músicos vêm percebendo a dinâmica de valorização da região.

De início, é relevante considerar que o trabalho do músico é previsto na Classificação Brasileira de Ocupações (CBO) ¹³² e regulamentado na Lei n. 3857 de 1960, que cria a Ordem dos Músicos do Brasil (OMB). Entre os artigos da Lei que regulamenta a profissão de músico encontram-se previsões que vão desde a limitação da jornada de trabalho até o tempo que deve ser computado para fins de remuneração ¹³³. Além disso, a Portaria nº3347 de 30 de setembro de 1986 estabelece regras à contratação de músicos, instituindo a Nota Contratual como instrumento para contratos eventuais ou de curta duração (até 10 apresentações consecutivas). No entanto, Requião (2008, p. 47) reconhece que, embora haja leis que regulamente a profissão e crie regras para a sua contratação, o que se vê é o mercado determinando arbitrariamente não só o

¹³² O trabalho do músico na Classificação Brasileira de Ocupações (CBO) está subdividido em duas famílias: músicos compositores, arranjadores, regentes e musicólogos; e músicos intérpretes. O primeiro grupo é assim definido: “compõem e arranjam obras musicais, regem e dirigem grupos vocais, instrumentos ou eventos musicais. Estudam, pesquisam e ensinam música. Editoram partituras, elaboram textos e prestam consultoria da área musical”. O segundo grupo, músico intérpretes, é assim definido: “interpretam músicas por meio de instrumentos ou voz, em público ou em estúdios de gravação e para tanto aperfeiçoam e atualizam as qualidades técnicas de execução e interpretação, pesquisam e criam propostas no campo musical”. Já segundo a Lei n. 3857/1960, que cria a Ordem dos Músicos do Brasil (OMB) e regulamenta a profissão do músico, os músicos profissionais se classificam em nove categorias; compositores de música erudita ou popular; regentes de orquestras sinfônicas, óperas, bailados, operetas, orquestras mistas, de salão, ciganas, jazz, jazz-sinfônico, conjuntos, corais e bandas de música; diretores de orquestras ou conjuntos populares; instrumentistas de todos os gêneros e especialidades; cantores de todos os gêneros e especialidades; professores particulares de música; diretores de cena lírica; arranjadores e orquestradores; copistas de música. Conforme os dados apresentados mais adiante, essas classificações da ocupação do músico não dão conta da diversidade de funções nem do perfil profissional do músico popular que, ao exercer múltiplas funções em sua atividade profissional, dificilmente se enquadrará em uma ou outra categoria apenas.

¹³³ Em relação à jornada de trabalho, a Lei n. 3857/1960 determina, em seu Artigo 41, que o trabalho do músico não deverá exceder 5 (cinco) horas (excetuando os casos previstos na Lei), e que o tempo destinado aos ensaios deverá ser computado como período de trabalho. O Artigo 48 prevê que o tempo em que o músico estiver à disposição do empregador, mesmo que ocioso, também será considerado tempo de trabalho.

preço como as formas de contrato, as formas de pagamento e as condições de trabalho¹³⁴, preterindo todo o discurso de “valorização da cultura” na “defesa do povo”, conforme salientado pela economia da cultura.

Segundo a pesquisa de Requião (2008, p. 62), os contratos informais (“de boca”) são os mais recorrentes nesse tipo de trabalho, sendo os músicos somente eventualmente pagos por nota contratual, que seria a forma legal de contratação estabelecida. Para essa pesquisa na Lapa, a forma de pagamento predominante encontrada foi a de *couvert* artístico¹³⁵, segundo o argumento de pretensa parceria entre dono da casa do show e músico. Na verdade, embora possa ser caracterizado vínculo trabalhista na maioria dos casos estudados, a totalidade dos músicos entrevistados trabalha sem vínculo empregatício formalizado. A autora frisa que não há fiscalização desse tipo de trabalho, além das reclamações por parte dos músicos serem raras. Certo é que, de forma geral, a informalidade dessas relações não é vista como fator negativo. O pagamento de impostos ou contribuições que ocorre quando as relações são formalizadas são entendidas como fator negativo que baixaria ainda mais a remuneração do músico, afirma.

A precarização das condições de trabalho do músico passa, além das relações flexíveis de contrato e de informalidade, pelo trabalho não pago. Contrariando a Lei nº 3.857/60, não são contabilizadas as horas de ensaio e as horas em que os músicos ficam disponíveis para o empregador, para fins de cálculo da remuneração pelo trabalho realizado¹³⁶. No caso das apresentações ao vivo ainda é preciso considerar a chamada “passagem de som”, momento em que o músico fica a disposição do técnico que irá

¹³⁴ Importante destacar que não há nenhuma regulamentação em relação à remuneração pelo trabalho do músico. Alguns sindicatos elaboraram tabela de valores, que serve apenas como referência para o pagamento e pela forma de se contabilizar o tempo de trabalho realizado. O Sindicato dos Músicos Profissionais do Rio de Janeiro, por exemplo, estabelece que as gravações são contabilizadas em períodos. O período inicial é de sessenta minutos e os subsequentes de quarenta e cinco minutos cada. Nesse caso, Requião (2008, p. 55) observa que, contrariando a proposta do Sindicato, o músico recebe por faixa gravada e não por tempo de trabalho, que seriam contabilizados através dos períodos de gravação. O músico Rogério Caetano reitera: “eu recebo por faixa gravada. Antigamente os músicos recebiam bem porque era gravação por período. Se você tivesse lá mesmo sem gravar você recebia por aquele tempo. Hoje em dia é por faixa. Ou seja, o músico recebe por sua produtividade”.

¹³⁵ A porcentagem paga aos músicos é variável de acordo com critérios do contratante. Nas casas de show observadas pela pesquisa (REQUIÃO, 2008, p. 66) os valores variam de 40 a 70% do preço cobrado ao público a título de *couvert* artístico. Essa variação é aparentemente aleatória e não faz distinção alguma em relação à quantidade de músicos envolvidos no processo de trabalho.

¹³⁶ Com efeito, o modo de produção capitalista, que tem como característica a absorção de trabalho não pago, se utiliza do processo histórico que fetichiza o trabalho artístico de forma a delimitar o trabalho musical apenas ao momento de apresentação.

operar o equipamento de som, e, no caso das gravações, as horas em que o músico fica disponível até que toda a parte técnica do estúdio esteja pronta para a gravação. Todo esse processo de trabalho vem sendo desconsiderado, o que significa horas de trabalho não remuneradas.

Requião (2008, p. 43) reconhece também que, da totalidade dos entrevistados por sua pesquisa, apenas 30% realizaram algum curso superior¹³⁷. Classes sociais mais elevadas têm mais tempo dedicado a formação e planejam possuir algum meio de produção (escola de música, estúdio de gravação, equipamentos eletrônicos etc.). Os músicos de classes sociais mais baixas têm trajetória de formação profissional mais irregular que os de classes mais altas, conclui. O investimento financeiro para formação profissional na área da música é considerado alto por todas as classes (em relação a compra de instrumentos, acessórios, material didático e transporte) e a “maior qualificação profissional” foi relacionada como ampliação das possibilidades de trabalho. A pesquisa concluiu também que as competências adquiridas para o trabalho que exercem estariam relacionadas ao próprio exercício da profissão, e a falta de maior qualificação relacionada às questões financeiras ou à falta de tempo.

O estudo (REQUIÃO, 2008, p. 77) observou, ainda, que rotina de trabalho é identificada pelos músicos da pesquisa, em geral com mais de 40 horas de trabalho semanais (levando em conta as horas de estudo, ensaio e a apresentação do trabalho)¹³⁸. Em períodos de interrupção do trabalho os músicos dizem, em alguns casos, utilizar recursos financeiros poupados nos períodos de trabalho. Em outros casos, procuram vender sua força de trabalho em outras áreas. Dessa forma, a pesquisa verifica que a totalidade dos músicos entrevistados exerce mais de uma função em suas atividades profissionais na área da música. Entre essas atividades estão as seguintes: instrumentista, cantor, professor de música¹³⁹, copista, técnico de som, regente,

¹³⁷ Em pesquisa denominada “Trabalho e profissão de arte: divisão internacional do trabalho e relações de gênero nas heterogêneas vivências do trabalho precário”, a socióloga Liliane Segnini (CITAR) observa a crescente formação em nível superior dos músicos no Brasil e a paralela predominância de relações de trabalho flexíveis. A autora chama atenção para o elevado índice de escolaridade dos artistas e de processos de formação profissionais que demandam longas trajetórias de dedicação e qualificação, sobretudo na música clássica e instrumental.

¹³⁸ Coli (2006, p. 101) destaca que “nesse contexto particular de mercado de trabalho, a ‘amizade’, o ‘sacrifício’ e o ‘interesse’ são poderosas armas dos empresários e do próprio capital, no sentido de obter o máximo de usufruto da força de trabalho do músico”.

¹³⁹ O ensino da música é uma das possibilidades de trabalho para o artista no universo da multiplicidade de atividades que realiza. Essa atuação docente não é característica de hoje. Diniz (1991, p. 7) lembra que foi inicialmente através dessa atividade docente que a compositora e pianista Chiquinha Gonzaga

arranjador e compositor. Cerca de 1/4 dos músicos entrevistados exerce também atividade profissional em outra área (como locutor, como professor, através da venda de produtos de diversas naturezas, entre outros).

Como resultado do perfil “flexível” do trabalho do músico, nota-se que, apesar da totalidade dos músicos da amostra de Luciana Requião (2008, p. 82) estar associado à OMB, os músicos não se sentem como pertencentes a nenhum grupo ou classe específica. Sua identidade profissional fica diluída frente às inúmeras atividades profissionais que exercem, quer seja na área da música ou não. Cem por cento dos músicos entrevistados por Requião dizem não reconhecer a OMB como instituição que lhe preste serviços. Se entre as atribuições da Ordem, previstas por Lei em seu Artigo 1º, incluem-se “a seleção, a disciplina, a defesa da classe e a fiscalização do exercício da profissão do músico”, observa-se, especialmente nos últimos anos, inúmeros processos contra essa instituição. De forma geral, o que os músicos alegam é que não obtêm nenhum benefício da instituição e que são “obrigados” a pagar anuidade sem saber exatamente para qual finalidade, além de questionarem a forma “indiscriminada” de licenciamento na Ordem¹⁴⁰. Em vários Tribunais a obrigatoriedade da inscrição na OMB para realização de atividade já vem sendo bastante discutida¹⁴¹.

conseguiu sua independência financeira. Em propaganda publicada em jornal da época podia-se ler: "Francisca Gonzaga leciona em casas particulares e colégios piano, canto, francês, geografia, história e português. Pode ser procurada em casa dos Srs. Artur Napoleão & Miguez, à Rua do Ouvidor n° 89". Certo é que, conforme depoimento da instrumentalista Luciana Oliveira (REQUIÃO, 2008, p. 79): “o trabalho na noite é extremamente cansativo porque você não consegue viver só disso. Além de varar a madrugada em jornadas de trabalho de até cinco horas, na maioria das vezes sem alimentação adequada, uma segunda jornada de trabalho durante o dia, em grande parte das vezes através da atividade docente, é exigida”.

¹⁴⁰ As acusações à OMB passam por diversas abordagens. Os músicos reclamam a obrigatoriedade de filiação à OMB para que possam exercer a profissão. Grupo de músicos de Jundiaí-SP, por exemplo, sentiu-se acuado pela instalação em 2001, na época do carnaval, de “Delegacia” que ameaçava prender músicos que praticassem a música profissionalmente sem a licença da OMB, além de confiscar seus instrumentos. Outras denúncias apontam para a forma indiscriminada que a OMB vem utilizando para licenciar os músicos. Reportagem publicada na Revista Carta-Capital (CITARn°185) conta que um de seus repórteres conseguiu tirar a carteira de músico profissional com apenas um dia de estudo de piano. Em matéria publicada na internet em 2003, no site “samba-choro”, Fernando José Szegeri (CITAR) conclui que: “estabeleceu-se, na verdade, um ciclo vicioso instituído de razoabilidade, qual seja: a OMB fiscaliza tão somente se os músicos estão regularmente inscritos (se tem inscrição, carteira e se estão em dia com as anuidades); essa inscrição e correspondente pagamento, por sua vez, só tem sentido para manter a estrutura da OMB, já que, repisamos, não há bases para avaliação de nível de qualificação profissional, nem condutas a se reprimir. Assim, o que fica transversalmente estabelecido é uma reserva de mercado para os que pagam, uma separação artificial e desarrazoada entre profissionais(?) e amadores(?) sem qualquer fundamento objetivo, nos moldes das medievais corporações de ofício”.

¹⁴¹ No site (<http://p2.forumforfree.com/196>) que promove a discussão onde se questiona a utilidade e a necessidade da OMB foi publicada a seguinte ementa de julgamento sobre a obrigatoriedade de registro profissional para o exercício da função de músico do Tribunal Federal da 4ª Região: “1. A Constituição

Enquanto a compreensão da processualidade das relações de trabalho do músico apontam para a precarização desse tipo de atividade na ordem do capital que, do ponto de vista discursivo, valoriza a cultura como vetor de (neo)desenvolvimento e inclusão social, emerge em consideração a figura do “independente”. Resultado da reestruturação produtiva no setor da economia fonográfica ligada à introdução da técnica, o independente surgiria como “braço direito” da grande indústria que o manteria sob seu domínio por meio dos monopólios de distribuição. Nesse contexto, os rendimentos dessa “categoria” seriam remunerados pelo direito autoral e os que lhe são conexos, enquanto o discurso do “empreendedorismo” dinâmico, ativo e bem resolvido tentava assegurar essa fundamental essa dinâmica como opção do artista, e não enquanto contingência de mercado. Diante disso, a questão parece ser analisar até que ponto esses processos se articulam hoje e qual o sentido do direito autoral nesse contexto.

2.2 Ser (in)dependente hoje

Conforme já comentado neste trabalho, as particularidades que marcaram o surgimento dos artistas e empresas chamadas independentes nos anos 1970-80 resultaram, ainda hoje, no entendimento do critério “independência” como aquele oposto às *majors*. De acordo com essa medida, o que se nota é que a tipologia “independente” pode estar associado, portanto, à grande diversidade de artistas – desde os que mantêm apenas contrato de distribuição com grande gravadora, até os artistas que têm o controle total sobre todos os processos de suas carreiras.

Diante dessa realidade, o GPOPAI (2010, p. 9) realizou em 2009 a pesquisa “Uma análise qualitativa do mercado de música no Brasil: para além das falsas dicotomias”. O

Federal de 1988 garante o direito à livre expressão da atividade intelectual, artística, científica e de comunicação, independentemente de censura ou licença (art. 5º, IX). 2. É consabido que a atividade artística, mormente a musical, não depende de qualificação legalmente exigida, mesmo quando exercida em caráter profissional, em virtude do seu exercício ser desprovido de potencial lesivo à sociedade, não acarretando qualquer prejuízo a direito de outrem. 3. Descabida a obrigatoriedade, para que o músico profissional possa apresentar-se publicamente, da inscrição no Conselho Regional da Ordem dos Músicos do Brasil, contida no art. 16 da Lei 3.857/60. 4. Apelação provida. (TRF 4ª R. – MAS 2002.72.00.003550-9 – 1ª T. – Rel. Des. Fed. Wellington M. de Almeida – DJU 04.05.2005)”.

estudo realizou, ao total, 26 entrevistas, e não teve a pretensão de ser estaticamente representativo, senão exploratório. Primeiro pelo critério quantitativo. Mas, segundo, porque selecionou artistas que têm na música a sua principal, se não exclusiva, fonte de renda, o que não corresponde à maioria dos músicos brasileiros, conforme visto na pesquisa produzida pelo CEBRAP (CITAR). Abaixo o quadro das amostras realizadas pelo GPOPAI e em negrito o que o Grupo entendeu como “artista independente”. A escolha da pesquisa do GPOPAI para analisar o objeto deste trabalho se justifica por ser o único estudo de que se tem conhecimento, além de recente, que construa um tipo ideal do “independente”, e que, nesse caso, vá além do genérico “oposto a *major*”¹⁴² para entender esse contexto e como ele vem se articulando, notadamente em relação ao direito autoral.

Grandes gravadoras (<i>Majors</i>)	Warner Music, EMI, Sony Music e Som Livre	
Gravadoras de pequeno porte (independentes) – Amostra: 6	Todas as gravadoras que não são as <i>majors</i> acima identificadas, incluindo a Trama e a Biscoito Fino, por exemplo (ABMI)	
Artistas independentes – Amostra: 26	Que mantêm relação com as grandes gravadoras. (Grupo I ao II) – Amostra: 2 (artistas mais vendidos)	I. Gravam e distribuem por uma das <i>major</i> (0) II. Gravam por empresa menor (não própria) e distribuem por uma das <i>majors</i> (1). III. Gravam por gravadora própria e distribuem pela <i>major</i> (1).
	Que não mantêm relações com as grandes gravadoras. (Grupo IV ao VI). Amostra: 24	IV. Gravam e distribuem por gravadora própria (2). V. Dependem de estrutura externa, mas não relacionadas a <i>major</i> (7). VI. Estrutura própria e exclusiva (15).

FONTE: GPOPAI (2010). Elaboração própria.

¹⁴² Importante evidenciar que os artistas que não mantêm relações com as grandes gravadoras constituem a maioria da amostra. São vinte e quatro dos vinte e seis artistas entrevistados. Os subgrupos dos que não mantêm relação com *majors* são assim definidos (GPOPAI, 2010, p. 22): IV. Os que gravam e distribuem por gravadora própria que, ao se constituir como empresa, pode gravar também outros artistas. V. Os que não controlam totalmente o processo de distribuição, e dependem de estrutura externa – não relacionada a nenhuma das grandes gravadoras - seja para gravar, seja para distribuir seus trabalhos. VI. Os que conseguem gravar e distribuir sozinhos seus próprios trabalhos e, para tanto, possuem estrutura própria e exclusiva, ou seja, que não grava, agencia ou distribui outros artistas. Acontece também que dos 26 artistas que não mantêm relação com grandes gravadoras, 17 correspondem ao Grupo IV e VI – a maioria da amostra geral da pesquisa.

Inicialmente, a pesquisa (GPOPAL, 2010, p. 12) destaca que nos dois artistas entrevistados considerados pelo Grupo de pesquisa como “independentes que mantêm relações com as grandes gravadoras”, essa relação é apenas de distribuição e que esses mesmos artistas figuram na lista da ABPD como “mais vendidos”. Nesse sentido, as práticas de circulação e promoção configurariam as maiores dificuldades para os artistas se colocarem no mercado nacional, sobretudo considerando as dimensões continentais do país. Esse papel complementar que se estabelece entre a grande empresa da música e as pequenas gravadoras que se responsabilizam pela gravação/produção do fonograma, típico do “modelo aberto” de produção, ainda aparece claramente em vários momentos da pesquisa (GPOPAL, 2010, p. 22):

GPOPAL – Mas concretamente, elas (pequenas gravadoras) fornecem catálogos, sugerem artistas? **GRANDE GRAVADORA** – Às vezes sim, às vezes podem lançar um artista, às vezes vem um selo, traz o artista aqui. A gente fez vários acordos desse tipo. A gente lançou alguns artistas assim: eles vêm com o disco pronto, totalmente independente. **GPOPAL** – E vocês lançam e distribuem? **GRANDE GRAVADORA** – A gente só distribui. Às vezes, faz um acordo um pouco maior e a gente assume o marketing de distribuição. A gente fecha acordos diferentes conforme o selo ou conforme o artista.

Na verdade os depoimentos colhidos pelo GPOPAL parecem revelar outro aspecto fundamental do arranjo que estrutura, ainda hoje, a indústria da música no Brasil: a centralidade dos meios de comunicação de massa – notadamente o rádio e a televisão – para a promoção de artistas em âmbito nacional e a sua viabilização como produto de consumo de massa.

GPOPAL – E aqui vocês têm um estúdio? **PEQUENA GRAVADORA** – É, a gente grava aqui. Aqui tem dois estúdios que ficam no segundo andar. **GPOPAL** – Isso que eu queria entender, porque os artistas são distribuídos por uma grande gravadora, mas grava aqui, é isso? **PEQUENA GRAVADORA** – É, na verdade é assim, a gravadora é aqui e a gente distribui pela Universal Music. Eles fazem distribuição e a venda de todos os nossos produtos. **GPOPAL** – E como que é essa relação com a Universal? **PEQUENA GRAVADORA** – Na verdade, assim, nós temos um contrato. Então todos os nossos produtos são distribuídos pela Universal. Todos os artistas que são contratados por nós são, portanto, distribuídos pela Universal. **GPOPAL** – E foi sempre assim? **PEQUENA GRAVADORA** – Não, não foi sempre pela Universal, não. Sempre gravamos aqui, mas a gente já distribuiu pela EMI, pela Sony e agora pela Universal. [...] **GPOPAL** – E são eles que colocam os CDs a venda? **PEQUENA GRAVADORA** – Eles são

responsáveis pelas vendas, pelo digital e pela distribuição do produto em território brasileiro.

Por outro lado, desde a criação das tecnologias de gravação e reprodução sonora, a história da economia da música passa a ser fortemente influenciada pela evolução dos sistemas técnicos que, ao mesmo tempo em que criam novas vias de acesso à música, influenciam as práticas dos atores envolvidos com a cadeia econômica da música. Nesse sentido, analisar-se-á os processos em termos de continuidade e renovação vindos com a reestruturação da indústria da música. O tipo ideal do GPOPAI é, então, explorado a partir análise dos seguintes elementos, que correspondem aos próximos subitens: promoção e difusão; práticas de licenciamento e propriedade dos fonogramas; estrutura de renda; sustentabilidade da carreira; opinião sobre direitos autorais e avaliação do ECAD. À estrutura de conteúdo proposta pelo GPOPAI acrescentam-se informações encontradas em outras pesquisas ao longo do texto.

A. Promoção e difusão (rádio, televisão, celular, internet, show e festivais)

Ao longo do estudo sobre meios de distribuição da música são relevantes os dados acerca do acesso aos meios de comunicação no Brasil. Mesmo considerando o crescimento da internet no país, o GPOPAI (2010, p. 63) indica que televisão e rádio são os únicos meios de comunicação efetivamente universalizados (presentes em 97% e 86% dos domicílios do Brasil, respectivamente), enquanto a Internet ainda tem alcance limitado (25% dos domicílios brasileiros têm computador, 18% dos domicílios possuem acesso a Internet; 58% dos domicílios com acesso a Internet possuem banda larga, mas 66% desses possuem velocidade de até 1 mbps).

Além disso, a pesquisa da GPOPAI (2010, p. 72) ressalta a baixa utilização da web pelos artistas independentes no Brasil. Ao contrário das especulações de que a distribuição eletrônica seria o caminho para o crescimento das independentes, como o parece ser no exterior, principalmente nos mercados americanos e britânicos, aqui esse recurso é bem menos utilizado, principalmente quando se trata de auferir rendimentos diretamente desse meio. Em pesquisa realizada nos sites dos associados da ABMI (CITAR), chega-se a conclusão de que apenas 30% das gravadoras associadas apresentam algum tipo de venda pela internet. Isso pode ser explicado pela não

assimilação pela massa da internet, mas também pela existência de circuitos autônomos que não dependem desse tipo de venda virtual para proliferarem.

Na verdade, mesmo quando utilizada para a distribuição e promoção de produção “independente”, a rede virtual não consegue superar as estratégias de promoção e divulgação que os meios tradicionais (rádio e TV) detêm. Com efeito, apenas os dois artistas independentes que mantêm relações de distribuição com *majors* conseguiram maior projeção quanto à circulação e venda de seus fonogramas. Diante disso, muitos dos artistas que compõem a amostra do GPOPAI acreditam que a diferença substancial entre a cena chamada *mainstream* e a cena que eles denominam “independente” reside no acesso aos meios de comunicação de massa, com capacidade de investimento e de infra-estrutura para fazer grandes lançamentos e promover artistas, influenciar públicos e opinião pública. Os depoimentos extraídos abaixo (GPOPAI, 2010, p. 68) confirmam essas afirmações:

Claro que seria ótimo atingir mais pessoas. Hoje em dia atingimos muitas pessoas pela internet, mas continua sendo diferente de tocar numa rádio, por exemplo, pois nesse caso você atinge muita gente mesmo. Numa rádio grande. Seria muito bom, mas com todo o jogo que rola por trás não faz nem parte da minha realidade. (Artista independente do Grupo V)

Podemos, entretanto, constatar no interior da cena independente uma clivagem ancorada principalmente na promoção. Assim, a promoção configura-se não só como uma das diferenças entre artistas *mainstream* e independentes, mas também é responsável por uma diferenciação no interior da cena independente, entre os artistas que se inserem e os que não se inserem nos meios de comunicação de massa. (Artista independente do Grupo VI)

Os resultados confirmam o difícil acesso aos meios tradicionais de mídia pelos artistas independentes. Na amostra dos vinte e seis artistas entrevistados pelo GPOPAI (2010, p. 69), apenas nove afirmaram utilizar o rádio como meio de promoção, sendo que desse número sete afirmaram que, devido às características de seus trabalhos, utilizam para promoção apenas rádios comunitárias ou sem concessão. Importante destacar, ainda, que os dois que se utilizam de rádios comerciais são pertencentes ao grupo que mantêm relações com as grandes gravadoras.

Quer dizer, a pesquisa do GPOPAI – apesar de exploratória e, portanto, sem ambição de representar estatisticamente o universo da música brasileira, como já foi dito – sugere claramente que existe afinidade importante entre o caráter autônomo ou independente da produção musical e a mobilização de meios alternativos, notadamente rádios comunitárias e/ou sem concessão, como veículo de divulgação da música, o que indica todo campo de atuação do poder público como incentivador de novas redes de produção e, sobretudo, de divulgação da cultura que extrapole a internet, fortalecendo o que parece ser os dois pólos mais fracos dessa complexa estrutura: os músicos independentes e as rádios comunitárias.

Quanto à televisão, levando em consideração a importância já comentada neste trabalho das trilhas sonoras na repercussão da indústria fonográfica brasileira e seu consumo potencializado, a amostra GPOPAI (2010, p. 34) verifica que apenas três entrevistados, dois deles do grupo que mantém relações com as *majors*, distribuem suas músicas por meio da TV. Portanto apenas um dos artistas que não mantém relação com as *majors* afirmaram que promovem sua produção por meio de trilha sonora de novela. Por outro lado, dos representantes desse último grupo, sete afirmaram receber rendimentos a partir da produção de trilhas sonoras para filmes (curta e longa metragens). O GPOPAI explica que, neste último caso, a inserção desses artistas nessas produções talvez se justifique pelos preços que cobram empresas como a HBO ou a FOX – os recursos costumam ser baixos para produções desse tipo.

Apesar do crescimento do número de celulares no Brasil (segundo GPOPAI 52% dos brasileiros possuem celular) e os números apresentados pela ABPD quanto à venda de música pelo celular; considerando a amostra realizada (GPOPAI, 2010, p. 72), não se encontra nenhum caso de venda ou cessão de direitos para inclusão de obras em pacotes oferecidas pelas operadoras ou fabricantes de celulares. Isso porque, segundo a pesquisa da Telecom (CITAR), o *download* não é o meio mais comum de transferência de arquivos no Brasil, mas sim o *bluetooth* (que é livre e gratuito).

Quanto à internet, dos vinte e seis músicos entrevistados pelo Grupo (GPOPAI, 2010, p. 75), vinte e quatro dizem utilizar a Internet para distribuição e promoção de suas produções, embora nenhum venda músicas na rede. A maioria desses músicos utiliza a disponibilização *online* como meio de promoção para impulsionar tanto a realização de show quanto a venda de CDs. Os entrevistados declararam ter perfis em

redes sociais como *MySpace*, *Facebook*, *Twitter*, *FriendFeed* e *Last.fm*. Nesse caso, destaca-se que os artistas independentes se utilizam do barateamento das tecnologias não só quanto à produção, mas também para a atividade de distribuição e promoção¹⁴³, naquilo que pode ser alcançado por esses meios e levando em consideração o contexto social e econômico das realidades locais.

Mas é em relação aos shows que os artistas independentes da amostra do GPOPAI (2010, p. 87) afirmam distribuir e promover grande parte do seu trabalho. Com efeito, nota-se a importância dos chamados “festivais independentes” na promoção e divulgação desses artistas. Pela dimensão desse tipo de iniciativa e quantidade de atores envolvidos, evidencia-se a sua importância na cadeia produtiva da música independente. Nesse contexto, cita-se o Circuito Fora do Eixo – FDE ([CITAR SITE](#)): “rede de produtores culturais formada com o intuito de incentivar a circulação de bandas, trocas e capacitação de tecnologia de produção e o escoamento de produtos”. Ainda segundo o próprio FDE, atualmente a rede é composta por cerca de 40 “Pontos Fora do Eixo” distribuídos por pelo menos 18 estados do país, que administram 44 veículos de comunicação independentes. Desse número, pelo menos 16 deles já possuem suas próprias *web TVs* e produção regular de *podcasts*. A “rede” também declara produzir anualmente 59 festivais de pequeno a grande porte; tendo circulado nesses festivais mais de 2500 bandas entre 2008 e 2009¹⁴⁴.

¹⁴³ Novos arranjos são visíveis. É notável, nesse sentido, que uma das maiores novidades do mercado da auto-denominada música independente é o surgimento das distribuidoras especializadas, das quais a mais importante provavelmente seja *Tratore*. No site da empresa ([CITAR](#)), a função exclusiva de distribuição e o papel que essa desempenha para a música aparece de forma explícita: “você notou como tem ficado mais fácil encontrar discos independentes nas lojas? A *Tratore* é uma das razões disto estar acontecendo. Somos uma distribuidora especializada na viabilização e comercialização da produção dos selos independentes. A *Tratore* não é uma gravadora e não tem produtos próprios. O que a gente faz é levar os discos das gravadoras até as lojas perto de você. Há centenas de selos independentes no país, com um catálogo artisticamente expressivo, mas sem um número suficiente de títulos para manter uma equipe de vendas com dedicação exclusiva. Ai entra a *Tratore* com sua equipe de 16 representantes de vendas atuando em 18 estados brasileiros. (...) A produção independente superou a fase “alternativa” para se colocar hoje como uma força real no mercado, ambicionando fatias cada vez maiores e artisticamente mais importantes na comercialização de CDs e DVDs”.

¹⁴⁴ Além disso, o FDE conta com gravadoras e selos de pequeno porte em diferentes capitais e, recentemente, firmou acordo com a Casas Associadas para a criação de circuito nacional composto de vários circuitos regionais, com calendário anual de eventos. A iniciativa visa promover a circulação de bandas nacionais e internacionais com turnês conjuntas e buscar recursos de órgãos públicos e da iniciativa privada para o fortalecimento desse circuito. Segundo a Casas Associadas, atualmente 2 milhões de pessoas por ano circulam por clubes independentes, que abrem oportunidades para bandas autorais, DJs e novos produtores. A Associação Brasileira das Casas de Show Independentes conta com associados distribuídos pelos seguintes Estados: Minas Gerais (2), Bahia (1), Ceará (1), Paraíba (1), Rio Grande do Norte (1), Mato Grosso (1), Tocantins (1), Rio Grande do Sul (2), São Paulo (5) e Rio de Janeiro (7). Assim, o número fornecido pela associação Casas Associadas refere-se, portanto, a apenas

Com efeito, a criação, em 2005, da Associação Brasileira de Festivais Independentes (ABRAFIN) pode ser vista no contexto de valorização dos festivais de cultura independente no país. Em 2010, a ABRAFIN (CITAR) contou com mais de 40 festivais de diversas regiões brasileiras¹⁴⁵. Segundo dados dessa própria Associação, no mesmo ano (2010) esses festivais chegaram a atingir público em torno de 300 mil pessoas, com shows de pelo menos 600 bandas (nacionais e internacionais), movimentando quantia superior a cinco milhões de reais ao ano e gerando pelo menos três mil empregos fixos e temporários.

Ainda assim, não há opinião homogênea nos artistas independentes quanto à prosperidade desse tipo de iniciativa quando revertida para a promoção e o rendimento de suas atividades. Nesse sentido, é bom registrar a opinião de alguns artistas acerca do FDE e da ABRAFIN. Em seu sítio na internet o músico China escreveu o texto intitulado “Fora do eixo e longe de mim” para esclarecer o funcionamento da ideia do FDE. Segundo o músico, embora os números indiquem a quantidade de eventos – a maioria subsidiado por dinheiro público -, muitas bandas reclamam da falta de pagamento de cachês (ou de cachês em forma de cubo card, a moeda inventada pelo FDE), além da falta de estrutura para realizarem seus trabalhos. Abaixo a transcrição dos seus depoimentos (CITAR):

Eu vivo da música e preciso receber os cachês dos shows para conseguir sobreviver. Ainda não estão aceitando ‘cubo card’ na padaria e em nenhuma conta que eu tenho que pagar no fim do mês. Aí eu pergunto: se tem dinheiro público na parada é porque rolou um edital, certo? Se rolou um edital, tinha lá o nome das bandas que tocaram, certo? Se tinha o nome das bandas, devia ter o valor cobrado pelas apresentações, certo? E se tinha isso tudo, cadê o dinheiro para pagar as bandas? Não, meus caros, não são todos que recebem pelos shows. Apenas alguns. Talvez os que apóiam as ações do coletivo FDE. Uma banda (que não citarei o nome) disse que fez uma turnê pelo FDE. Quase 30 shows. Desses quase 30, apenas 3 ou 4 tiveram cachê (que foram pagos pelos sescs onde eles se apresentaram). Os outros 20 e tantos foram em lugares que não tinham a menor estrutura para se apresentar. Som de péssima qualidade e equipe inexperiente. Sem falar no público de menos de 25 pessoas... numa quinta-feira, e no interior sei lá de onde. E os músicos ainda

parte de todo universo muito amplo de frequentadores dos festivais independentes. Outros casos poderiam ser citados como exemplo dessa realidade mais ampla: desde sua criação, em 2003, o coletivo Sinfonia de Caes (que criou circuito de shows pela periferia de São Paulo utilizando “rede de botecos”) já realizou mais de 30 eventos, e hoje é responsável por um dos maiores festivais independentes de São Paulo, pelo qual já passaram pelo menos 75 bandas.

¹⁴⁵ Por exigência da ABRAFIN, só constam em seu site festivais que tenham, no mínimo, três anos consecutivos de produção. De acordo com a produção, esse critério temporal demonstraria o compromisso dos organizadores com a perpetuação do festival.

tinham que ficar pela casa dos amigos. Só quem cresce no FDE é o próprio nome do coletivo, que usa o talento e suor das bandas para garantir a próxima verba para as suas atividades. Esse papo de que estão ajudando a cena independente é conversa mole. Alguns membros do FDE estão fazendo nome (e política) em cima dessa cena. Não duvido nada que algum desses caras se candidate a deputado nas próximas eleições. E o slogan já está pronto: EM DEFESA DA CULTURA BRASILEIRA.

Haja paciência.

Concluindo...

Não sou contra o FDE!

A idéia é linda mesmo. Sensacional! Imagina uma rede de festivais pelo país inteiro... onde as bandas vão circular e mostrar o seu trabalho? Chega a emocionar.

O modus operandi é que é estranho, esquisito mesmo. E não acho que o coletivo FDE é formado só por maçãs podres. Tem muita gente boa trabalhando no coletivo. O problema é que enquanto uns estão realmente lutando para achar um lugar ao sol, outros se aproveitam na sombra.

(Sobre a ABRAFIN) [...] Mais estranho ainda era o fato deles pegarem grana pública para bancar os festivais e não pagarem aos artistas que não “estavam” com eles, claro. E não estou falando de calote. O papo era reto; não temos cachê para te pagar. Se quiser tocar é assim. Já me convidaram para tocar em alguns festivais organizados pela ABRAFIN. Nunca topei. Mas o papo era: China, te damos alimentação, hotel e passagens aéreas para a sua banda. Para a equipe não rola, pois temos ótimos profissionais aqui (que nunca trabalharam comigo, vale lembrar). E eu perguntava: Mas e o cachê? E a resposta era: Cara, você vai ter a chance de tocar para um grande público e ainda pode passar o fim de semana aqui para conhecer a cidade. Não temos como te pagar um cachê. Minha resposta era (aprendi com um amigo): Se vocês me derem hotel e alimentação o ano todo, eu toco de graça no festival. Se fosse assim, eu não me preocuparia com as contas, né? Tava tudo certo. E se eu quisesse fazer turismo, eu não iria trabalhando, iria de férias.

B. Propriedade do fonograma e licenciamento da produção

A questão da propriedade da gravação – se pertence ao artista ou à gravadora da qual é contratado – é importante no que diz respeito à autonomia do artista em relação à própria obra. A partir das entrevistas realizadas pelo GPOPAI (2010, p. 81), dos vinte e seis artistas que compõem a amostra, vinte e dois afirmam serem donos dos seus próprios fonogramas (entre esse número nenhum dos artistas que se relaciona diretamente com as grandes gravadoras). Notadamente, o fato de grande parte dos entrevistados pertencer ao grupo de artistas que não mantêm relações com *majors*, sendo a maioria completamente independente (Grupo VI – 15), ajuda a explicar o resultado que aponta a tendência à propriedade do fonograma por parte do artista.

Desse universo, as práticas de licenciamento que partem do “todos os direitos reservados” apesar de não ser mais a única possível, ainda são as mais utilizadas. Segundo os resultados da pesquisa (GPOPAI, 2010, p. 82), dos vinte e dois artistas que são donos dos seus fonogramas, sete licenciam sua produção da forma convencional, ou seja, “todos os direitos reservados”. Oito não oferecem suas produções por meio de licenças alternativas, mas também não as registram. E sete registram seus fonogramas e os oferecem via licenças *Creative Commons*.

Dos 15 artistas que não registram seus fonogramas ou os oferecem sob licenças alternativas, como o CC, todos são parcialmente ou totalmente independentes, isto é, todos eles pertencem aos grupos V e VI – não mantêm relação com *majors*. Segundo GPOPAI (2010, p. 83) há que se considerar que essa escolha alternativa é influenciada pela possibilidade de geração de renda por outros meios, como a realização de shows. Nesse caso, o maior acesso a música pode ter efeito promocional e, conseqüentemente, proporciona o aumento da procura pelo show; diminuindo, assim, a arrecadação por uma fonte, mas aumentando-a por outra.

Por outro lado, os sete artistas que licenciam sua produção da forma convencional também pertencem aos mesmos grupos V e VI, acrescidos de apenas um relativo ao grupo IV (dependem de estrutura externa, mas não relacionada a *major*). Segundo a pesquisa (GPOPAI, 2010, p. 83), esses resultados indicam que na opção pelo licenciamento convencional deve ser considerada a escassez de informação consistente sobre as diferentes formas de licenciamento. Conforme notado nas entrevistas realizadas alguns dos artistas da amostra sequer conheciam o projeto *Creative Commons*. Outros se sentem desconfiados diante de certas estratégias que usam o licenciamento alternativo como forma de se conseguir *marketing* e, como resultado disso, aumentar os lucros. Por último, há os que preferem esperar para ver como esses novos artistas — que oferecem suas obras sob licenças CC, por exemplo, ou mesmo liberam toda sua produção na internet — se comportará, quando tiverem alguma oportunidade financeiramente interessante de trabalharem nos moldes convencionais.

C. Estrutura da renda dos artistas (shows, CDs, música digital, direito autoral, propaganda, trilha sonora, marca do artista, aulas de música, produção)

Se a maioria das campanhas de combate a pirataria desenvolvidas pela indústria fonográfica tem como foco a ideia de que o não pagamento de direitos autorais prejudica a produção musical de forma geral, uma das questões mais essenciais da presente pesquisa é compreender a composição da renda dos músicos. Durante as entrevistas realizadas pelo GPOPAI, os músicos foram indagados sobre a participação dos seguintes itens em sua renda: direito autoral; venda direta de CDs; shows e outros tipos de performances; venda de música em formato digital; venda de outros produtos ligados a sua marca; produção de outros artistas; ensino de música; trilhas sonoras, *jingles* e outros¹⁴⁶.

Dos vinte e seis artistas entrevistados (GPOPAI, 2010, p. 84), dezessete deles afirmaram que os maiores recursos de suas atividades vêm dos shows. Já quanto à venda direta de CDs, ao contrário do que ocorre com as gravadoras que afirmam que a venda física segue sendo a principal fonte de renda do artista, dos vinte e seis músicos, apenas três declararam que a venda direta de CDs representa mais de 10% da sua renda. Desses três, dois afirmou ter 15% da renda ligada a venda de CDs e um disse que a venda de CDs representa 20% da renda e “está crescendo” — o máximo percentual alcançado. Na maior parte dos casos o artista independente não depende do meio físico para sua subsistência e vê o CD como forma de divulgação do seu trabalho. Trechos de algumas entrevistas feitas durante a pesquisa (GPOPAI, 2010, p. 89) evidenciam a posição do CD no contexto geral das atividades realizadas pelo músico independente:

Cara, não vi CD da gente em camelô, mas, assim, seria massa ver. Eu acho. É diferente a relação de um artista independente com um artista de grande gravadora, entendeu? Ele fica revoltado e sai quebrando o cara porque o cara me pirateou. Não. Isso significa que você está com um nível de popularidade bom. (Artista independente do Grupo VI)

Nunca um CD que a gente grava se paga. Mesmo vendendo CDs eventualmente em shows, (ele) não (se) paga [...]. É a coisa do ideal, de ter a realização física do trabalho. (Artista independente do Grupo VI)

¹⁴⁶ A ideia era obter respostas em porcentagens da participação de cada um desses itens na renda, o que foi possível para a maioria dos entrevistados. Os representantes dos grupos I e II não responderam a maioria das perguntas em termos percentuais. No entanto, alguns não apresentaram dados concretos sobre a constituição de sua renda, apenas afirmações do tipo “é mais show”, “CD é mais ou menos importante”. Além disso, embora todos os músicos vivam se não exclusivamente, mas prioritariamente de música, oito dos 26 entrevistados declararam possuir fontes de renda que não estão de nenhuma maneira relacionada a música. Ao analisar cada item a seguir, trata-se esses casos em separado conforme seja relevante para a compreensão dos dados.

O disco é uma divulgação do show, que é quando a gente consegue ganhar algo. (Artista independente do Grupo VI)

Quando à venda de música digital (venda de músicas pela internet e por celulares nos diversos formatos hoje existentes no mercado), apesar dos dados disponíveis sobre o tema indicarem seu crescimento significativo, nenhum dos artistas entrevistados que responderam a pergunta citando dados percentuais recebe mais do que 5% de sua renda por essa fonte (e apenas dois afirmam ter 5%). Quando questionado sobre a participação dos rendimentos da venda digital em sua renda, um dos artistas que mantém relação com *major* reparou que (GPOPAI, 2010, p. 90):

Eu não sei, porque até hoje é uma questão confusa... A gente até ficou de conversar sobre isso há um tempo atrás e não conversou, porque tem música no celular, tem um monte de coisa, e o maior rolo do mundo é a gente não entende direito. [...] É que, teoricamente, essa relação ela passa pela editora ou pela gravadora. Normalmente, eles passam para a mim um demonstrativo, apontando onde isso foi baixado, que é o digital que a gente chama. Isso é trimestral. Mas como é muito complexo, a gente, às vezes, não entende direito. A gente acredita no que eles estão falando quando pega esse tipo de relatório...

Quanto à participação do direito autoral na renda dos artistas independentes, considerando o total dos músicos da amostra que responderam a pergunta (vinte e três), apenas um afirmou receber de 10% a 20% com direitos autorais, o maior percentual observado no resultado (GPOPAI, 2010, p. 90). O estudo destaca que esse artista, apesar de pertencer ao grupo VI, compôs canção com artista que teve destaque em termos de execuções públicas, além de já ter gravado com a Universal, o que provavelmente pode justificar o percentual apresentado. Dos outros vinte e dois artistas, três declararam receber até 10% dos seus rendimentos provenientes de direito autoral, enquanto o restante da conta (dezenove) não recebem a esse título. Abaixo a tabela que representa a participação do direito autoral na renda dos artistas.

Participação do direito autoral na renda dos artistas

Participação do direito autoral na renda	Artistas
De 50% a 100%	0

De 20% a 50%	0
De 10% a 20%	1
Menos de 10%	3
0,00%	19
Não responderam	3
Total	26

Fonte GPOPAI (2010, p. 90)

Quanto à propaganda – diferente do que ocorre com a execução pública, quando os direitos são recolhidos e distribuídos via o Escritório Central de Arrecadação (ECAD) –, o pagamento para o uso de música ocorre por meio de contratos específicos. Esses contratos estabelecem valor fixo pela música ou trecho que será utilizado em período determinado de tempo¹⁴⁷. Dentre os músicos que compõem a amostra (GPOPAI, 2010, p. 90) e que responderam a pergunta (vinte e três), apenas seis têm alguma renda ligada à utilização das suas músicas em propaganda. Desses seis, foram encontrados os seguintes percentuais: para um deles, esse pagamento representa 30% de sua renda; para dois deles, 10%; e para três deles, 3% de suas rendas. Dezesete artistas não têm qualquer participação da propaganda em sua renda e três não responderam a questão.

Da mesma maneira que acontece com a propaganda, o pagamento de trilha sonora é estabelecido por meio de contrato que regula valor fixo. De vinte e quatro artistas que responderam a pergunta sobre a participação das trilhas sonoras na composição da sua renda (GPOPAI, 2010, p. 94), sete deles afirmaram que a composição de trilhas sonoras constitui-se sim como fonte de rendimentos. Os valores apresentados variaram entre 5 e 15% de participação na renda total (5%, 8%, 10% — para três artistas — e 15% para os outros). Para dezessete artistas o pagamento de trilha sonora não se constitui realidade financeira.

Quanto aos produtos ligados à marca do artista¹⁴⁸, dos vinte e quatro músicos independentes que responderam a pergunta (GPOPAI, 201, p. 94), poucos têm

¹⁴⁷ Esse valor pode variar pelo tempo de exibição e de duração da propaganda, os veículos em que será exibida, o alcance geográfico (local, nacional ou internacionalmente), entre outros fatores.

¹⁴⁸ Nesse item a pesquisa considerou camisetas, adesivos, ímãs de geladeira e quaisquer outros produtos ligados a marca do artista.

faturamento significativo a partir desse item. Apenas seis deles afirmaram receber renda a partir de sua marca, sendo que os percentuais variaram de menos de 10% até 20%. Dezoito artistas não ganham nada com esse tipo de produtos e a maioria desse número sequer os produz.

A renda proveniente de aulas de música aparece como bastante significativa para muitos dos artistas entrevistados (GPOPAI, 2010, p. 95). Dentre os vinte e três artistas independentes que responderam a questão, nove possuem alguma porcentagem da renda proveniente de aulas. Desses, três são professores universitários de cursos de produção musical e o salário obtido com as aulas constitui 70, 20 e 25% de suas rendas. Os demais ministram oficinas ou aulas de música. A participação dessas aulas na renda de tais artistas varia de 2 a 50% (2%, 5%, 10% — em dois casos —, 20% e 45 a 50%).

Considerando todos os grupos da mostra, são poucos os artistas que tem porcentagem de sua renda proveniente da produção de outros artistas. Dos vinte e quatro artistas que responderam a questão (GPOPAI, 2010, p. 96), apenas sete desenvolvem algum tipo de atividade remunerada nessa área. Acontece que desse número, quatro são representantes do grupo IV (que contam com estrutura própria). É também nesse universo que se encontra a maior representação percentual desse tipo de renda - 70%.

D. Sustentabilidade da carreira

A partir da pergunta sobre a composição da renda dos artistas e da categorização da mostra do GPOPAI conforme o grau de dependência a estruturas externas para gravar e distribuir álbuns pode-se notar a existência de artistas independentes que não só vivem de música, mas conseguem financiar parte ou a totalidade dos gastos com sua estrutura como músicos. Alguns, como os do grupo IV, além de possuírem gravadora e distribuidora para seus próprios trabalhos também atuam com outros músicos, fornecendo-lhes estrutura de gravação e/ou distribuição. Outros — Grupo VI, que independem de qualquer estrutura formal para a gravação, distribuição e divulgação de seus discos — além de garantirem a própria sobrevivência a partir de renda da música, sustentam suas carreiras de modo prolongado, e não apenas transitório como anteriormente.

Esse fato é potencializado por algumas alterações no cenário da produção musical, já mencionadas anteriormente – como o barateamento das tecnologias digitais de produção e a existência de circuitos de distribuição e promoção baseados na internet ou em pequenos ciclos autônomos. Mas a sustentabilidade desse tipo de prática independente poderia ser impulsionada também pela existência de editais de financiamento público que subsidiam parte do processo produtivo e/ou distributivo e/ou de circulação desses artistas, além dos projetos culturais específicos.

Acontece que dos vinte e quatro artistas que responderam à pergunta sobre o recebimento de apoio público em suas carreiras (GPOPAL, 2010, p. 99) apenas sete afirmaram que já receberam algum tipo de subvenção federal, estadual ou municipal – seja para a gravação de CDs, seja para a realização de shows. Muitos dos artistas que afirmaram nunca receber nenhum tipo de apoio público reconheceram que não tentaram participar de editais por falta de tempo ou experiência em elaborar projetos desse tipo. Por outro lado, seis artistas independentes citaram o recebimento de algum tipo de apoio privado em alguma das etapas de produção de seu trabalho. Esses apoios são desde contratos para a divulgação de marcas em shows, até o estabelecimento de parcerias diversas com fornecedores de produtos — de instrumentos musicais e logística a maquiagens, roupas —, donos de estúdio, etc¹⁴⁹.

E. Opinião sobre direito autoral

Ao analisar a estrutura de renda dos músicos que compõem a amostra, reparou-se que, para a maioria dos músicos, os pagamentos recebidos a título de direitos autorais ou conexos têm importância muito pequena na composição de sua renda. Mas embora o pagamento por direito autoral tenha sido irrelevante para a maioria dos entrevistados, quando perguntados (GPOPAL, 2010, p. 100) sobre o que pensam do direito autoral, vinte e seis deles responderam à questão. Desse número apenas três músicos (todos representando do Grupo VI) disseram que ele é desnecessário ou que não o reconhecem

¹⁴⁹ No tema da sustentabilidade de mercado do “independente” normalmente se comenta sobre o *crowdfunding* ou financiamento colaborativo. Trata-se da cooperação coletiva na arrecadação de recursos, tanto financeiros quanto estruturais, e ocorre geralmente por meio da internet, operando muitas vezes em favor da arrecadação para realização de shows. Embora na Europa e nos Estados Unidos esse tipo de atividade venha se tornando comum, no Brasil o financiamento colaborativo ainda se desenvolve de forma tímida e está extremamente longe de ser realidade palpável para a maioria dos artistas independentes brasileiros.

como dispositivo válido, enquanto quatorze músicos entendem o direito do autor como necessário e/ou que deve ser respeitado. Acontece que o fato de que a maioria considere o direito autoral necessário e/ou deve ser respeitado não significa que os músicos da amostra tenham avaliação totalmente positiva desse dispositivo e sobretudo quanto à forma como ele tem funcionado. Dos quatorze músicos que entendem o direito autoral como instituição necessária e/ou que deve ser respeitada, dois frisam que alguém está lucrando; quatro acham que ele precisa de mudanças; e dois reconhecem que os artistas devem escolher a forma e a direção dessa mudança. Além disso, dois artistas afirmam não se preocupar com a questão e cinco alegam não ter opinião formada sobre o direito autoral, seja porque o debate atual está muito complexo seja porque nunca pararam para pensar sistematicamente na questão. A tabela a seguir procura sistematizar a opinião dos músicos sobre o direito autoral.

Opinião dos músicos sobre direito autoral

Opinião sobre direitos autorais	Artistas
É necessário e/ou deve ser respeitado	14
É necessário e/ou deve ser respeitado sobretudo se alguém lucra	2
É necessário e/ou deve ser respeitado mas precisa de mudanças	4
É necessário e/ou deve ser respeitado mas o artista deve escolher a forma	2
Não reconhece ou não considera necessário	3
Não se preocupa com isso	2
Não sabe	5
Não respondeu	2
Total	26

Fonte GPOPAI (2010, p. 101)

Bem se nota, portanto, que o “respeito” ao direito autoral foi acompanhado de crítica pela forma que ele está sendo organizado atualmente, que acaba funcionando de forma oligopolizada e que entrava a produção cultural (GPOPAI, 2010, p. 102). Além disso, o fato da maioria dos músicos considerarem que o direito autoral é necessário e deve ser respeitado aparentemente não faz com que as músicas deixem de ser liberadas para *download* gratuito. Quer dizer, é interessante notar que mesmo artistas que tem posição firme de defesa do direito autoral, vêem a liberação de músicas na internet de

forma positiva, cujas falas sempre destacam que essa disponibilidade deve ser decisão e iniciativa pessoal do autor¹⁵⁰.

F. Avaliação do ECAD

O questionário aplicado pelo GPOPAI com os músicos também continha pergunta específica sobre a avaliação que fazem do ECAD (GPOPAI, 2010, p. 108). É interessante observar que quase metade da amostra — dez músicos — afirmou não ter condições de avaliar o ECAD por não ter nenhuma relação com ele, sendo essa a resposta mais citada. A segunda resposta mais citada e a que menciona os problemas do ECAD. Seis músicos consideram o órgão problemático. Além disso, quatro músicos consideram que o ECAD é necessário, mas precisa de reformas. Três músicos entendem que o órgão vem passando por melhoras; dois o consideram desnecessário, e apenas um músico o considera necessário para os “artistas que tocam muito”, que não é o caso dele. Abaixo a tabela apresenta as respostas dos artistas sobre o ECAD.

Tabela N.X. Opinião dos músicos sobre ECAD

Opinião sobre ECAD	Artistas
Não sabe avaliar porque não tem qualquer contato com ele	10
É problemático	6
Porque não paga o que deveria	1
Porque estimula o jabá	1
Porque não é transparente	1
Porque está mal organizado	1
Porque é antiquado	2
É necessário, mas precisa de reformas	4
Já foi ruim, mas está melhorando	2
É desnecessário	2
É necessário para os que “tocam muito”	1
Total	26

¹⁵⁰ Em outros termos, o próprio autor deve decidir se libera ou não. Nesse sentido, transcreve-se o depoimento do artista entrevistado pelo Grupo (GPOPAI, 2010, p. 105): “sim claro, (nossas músicas) já estão (na internet). Tem várias músicas (nossas) na internet que você pode baixar gratuitamente. O negócio democratizou também, né? E isso também divulga você. Te divulga e te ajuda a fazer show, as pessoas comentam entre si e vão ver você quando você for tocar. As nossas músicas estão na internet por iniciativa nossa”.

Em última análise, embora a pesquisa realizada pelo GPOPAI tenha reconhecido diferentes arranjos sob os quais pode ser identificado o emblema do artista independente na economia da música contemporânea, entende-se, para fins deste estudo, que apenas o grupo dos artistas que não mantêm relações com as *majors*, e dentro dele apenas o grupo IV e VI, podem ser considerados “tipo novo” de independentes em relação àquele do processo aberto de produção. Aproveitando-se da tipologia do GPOPAI, os independentes poderiam ser considerados restritos apenas aos Grupos destacados no quadro abaixo:

Artistas independentes – Amostra: 26	Que mantêm relação com as grandes gravadoras. (Grupo I ao II) – Amostra: 2 (artistas mais vendidos)	I. Gravam e distribuem por uma das <i>major</i> (0) II. Gravam por empresa menor (não própria) e distribuem por uma das <i>majors</i> (1). III. Gravam por gravadora própria e distribuem pela <i>major</i> (1).
	Que não mantêm relações com as grandes gravadoras. (Grupo IV ao VI). Amostra: 24	IV. Gravam e distribuem por gravadora própria (2). V. Dependem de estrutura externa, mas não relacionadas a <i>major</i> (7). VI. Estrutura própria e exclusiva (15).

Em outros termos: considerando as particularidades históricas do artista independente, essa tipologia poderia considerar apenas aquele músico que, além de viver exclusiva ou principalmente de música, produz e distribui seu trabalho diretamente ou, no máximo, por meio de gravadoras próprias (mesmo que, nesse caso agencie outros artistas). É que apenas nesses casos a “independência” envolveria o controle de todo o processo de produção de música – desde a gravação até a promoção, passando pela distribuição e venda de CDs – sem a necessidade de gravadora ou distribuidora, mesmo que independente. Porque, conforme comentado no capítulo 2, a estrutura de muitas independentes brasileiras como a Trama e a Biscoito Fino funciona de forma muito semelhante às *majors*, principalmente no que toca à apropriação dos direitos autorais.

Diante dessa sugestão focal explora-se, primeiro, o exemplo da cena chamada “independente” na cidade do Recife e, segundo, o movimento de tecnobrega no Pará. As atenções nesses casos se voltam especialmente para as “soluções” encontradas pelos músicos para produzir, distribuir e promover seus trabalhos diretamente, sem necessidade de intermediação da gravadora; além de não se inserirem nos moldes “tradicionais” do direito autoral. Mas mesmo diante desse grupo focal hipoteticamente entendido como “grau máximo de independência” quais seriam os limites dessa “autonomia” e os reflexos do relacionamento “do tipo novo” com o direito autoral?

2.2.1 Cena (in)dependente na cidade do Recife

Recife é atualmente das poucas cidades aonde o índice de investimento público municipal chega ao recomendado pela Unesco (2%). De acordo com a pesquisa do IBGE (CITAR), tendo como ano base 2005, o orçamento da cultura da prefeitura do Recife, correspondeu a 3,3% do orçamento geral do município, ficando em primeiro lugar das capitais brasileiras em investimento público municipal em cultura. Tomando como referência os estudos comparativos dos orçamentos de algumas das mais importantes cidades da América Latina e Europa, os valores apresentados pela Secretaria da Cultura do Recife têm bom posicionamento internacional, ficando abaixo das cidades de Barcelona e Buenos Aires e acima das cidades de São Paulo, Madrid e Cidade do México.

Na verdade o avanço recifense na matéria de investimento público pode ser notado na iniciativa de 2009 quando a cidade foi das primeiras do país a ter o Plano Municipal de Cultura (2009-2019). Enquanto plano estratégico de gestão, os princípios básicos que orientam suas ações atentam para a pluralidade, a participação e a valorização da cultura local. Segundo o Plano (RECIFE, 2008, p. 28), uma das diretrizes para que Recife desponte como “capital multicultural” está a valorização da diversidade e o fortalecimento da democracia cultural, através do “fortalecimento dos artistas e grupos locais, por meio do gerenciamento de renda e trabalho”. Com efeito, o poder público reconhece, portanto, o seu papel na gestão cultural da cidade e no discurso de fortalecimento da economia da cultura local.

No sistema de fomento à cultura – seja por meio de recursos do FUNCULTURA, do Governo do Estado; seja por meio do Sistema de Incentivo à Cultura, SIC - Lei. N. 16.215/96, da prefeitura municipal de Recife – o cenário é certamente positivo no que concerne à proliferação das atividades artísticas. Nesse universo, a música destaca-se como segmento com mais recursos aprovados¹⁵¹. Mas apesar dos investimentos proporcionarem o crescimento da atividade artístico-musical (e conseqüentemente o estudo das cifras da cultura), não existe pesquisa que investigue o contexto econômico-ocupacional dessa profissão no Nordeste¹⁵², e mais especificamente em Recife e região metropolitana (para incluir Olinda), nem estudo que explore como os músicos têm estruturado suas atividades.

Porque embora a *cena mangue*¹⁵³ tenha sido das últimas inovações estéticas e culturais abraçadas pelas multinacionais do disco no Brasil¹⁵⁴, hoje a maior parte dos músicos do Recife/Olinda trabalha de forma “independente”, no sentido aqui proposto: vive não exclusivamente, mas prioritariamente de música; produz e distribui seu trabalho diretamente ou, no máximo, por meio de gravadoras próprias. Além dessas características focais, para tentar avaliar melhor a questão dos direitos do autor, esta pesquisa procurou artistas que tivessem trabalho preponderantemente autoral. Para tentar explorar esse universo, no mês de Janeiro de 2013 foram realizadas entrevistas semi-estruturadas gravadas em áudio e imagem, diário de campo e observação participante com amostra de 6 artistas que representam 6 bandas atuantes nas cidades de Recife e

¹⁵¹ Segundo INTG (2009, p. 73) nos últimos dois anos, mais de 82% dos Municípios pernambucanos realizaram algum festival ou mostra artístico-cultural. Sendo que em 71 municípios, esses festivais são de dança ou música. Dentre os principais eventos musicais realizados anualmente no Grande Recife, destacam-se: o Carnaval Multicultural do Recife e de Olinda, o Porto Musical, a Feira Música Brasil, o Abril pro Rock, o São João Multicultural, a Mostra Internacional de Música em Olinda (MIMO), o Coquetel Molotov, o Festival PE Nação Cultural, o Acordes para o Museu, o Festival Rec Beat, entre outros, com ou sem investimento público municipal. Sobre o assunto importante destacar, ainda, as críticas quanto à concentração de recursos no circuito de Carnaval da cidade.

¹⁵² Segundo o Ministério do Trabalho (INTG, 2009, p. 76), entre os anos de 2000 e 2005 o número de estabelecimentos voltados para as atividades de turismo e cultura cresceu 26,4% no Brasil e 37,7% no Nordeste. Os estabelecimentos nordestinos com atividades musicais cresceram 66% no período.

¹⁵³ A *cena mangue* tem sido objeto de diversos estudos acadêmicos com fundamentação e metodologia variadas (LEÃO, 2002; TEIXEIRA, 2002; GALINSKY, 1999; SHARP, 2001; DUPUY, 2002; LIRA, 2000). Imerso na cultura do sampler, o movimento mesclava gêneros considerados tradicionais em Pernambuco, entre eles o maracatu, o coco e o baião, a outros de circulação internacional, como o rock, o funk, o dub e a eletrônica.

¹⁵⁴ A imagem da parábola fincada na lama foi logo absorvida pela indústria. Chico Science & Nação Zumbi, Mestre Ambrósio e Jorge Cabeleira gravaram álbuns pelo Chaos, ligado à Sony. Em segundo momento a geração do manguebit migrou dos selos ligados as multinacionais para gravadoras de pequeno ou médio porte. O refúgio preferencial seria a independente Trama. Criada em 1998 e logo transformada em celeiro de artistas da cena eletrônica paulista e carioca, a Trama também passou a abrigar Otto (ex-percussionista e vocal de apoio do Mundo Livre S/A), Sheik Tosado e, mais recentemente, Nação Zumbi e Mombojó.

Olinda. São eles: Alessandra Leão, Catarina Lins de Aragão (Catarina Dee Jah), Fabio Trummer (Banda Eddie), Gilú Amaral (Orquestra Contemporânea de Olinda), Hugo Gila (Academia da Berlinda e Orquestra Contemporânea de Olinda) e Tiago Andrade (Zé Cafofinho & Suas Correntes). Fabio Cabral (proprietário da loja e selo Passa Disco, especializada em música pernambucana) e Yuri Rabid¹⁵⁵ (Quarteto Olinda) também foram ouvidos. Às perguntas do GPOPAI (2010) foram adicionadas outras informações contidas nos estudos de Requião (2008), além de problematizações de cunho político e também social que procurou entender aspectos que àquelas pesquisas não esclareceram.

Os artistas entrevistados têm entre vinte e nove e quarenta e dois anos e segundo grau completo. Da amostra pesquisada (seis artistas) dois músicos possuem formação em conservatório de música, três deles têm ensino superior incompletos (sendo dois no curso de música e um no curso de engenharia de pesca), e um está em formação superior no curso de produção fonográfica. Dos seis músicos entrevistados apenas Fabio Trummer (Banda Eddie) não mantém residência em Recife. Atualmente o músico mora em São Paulo e explica que embora esteja sempre dividido, voltando à Recife sempre que pode, São Paulo é o lugar que possibilita maior projeção e articulação em sua carreira e que, portanto, é a cidade mais adequada para estar nesse momento.

Os seis músicos da amostra se enquadram, hoje, no grupo focal do “independente”, no sentido proposto acima (mais restrito que o do GPOPAI). Contudo, é importante destacar, de início, que a Orquestra Contemporânea de Olinda já foi distribuída pela Som Livre. Para fins de delimitação do grupo focal entendeu-se por “estrutura própria” a existência de gravadora, tenha ou não selo, desde que pertença ao artista. Nesse caso, a totalidade da amostra tem selo próprio, em seu nome ou da banda, sendo que todos não são registrados nos moldes legais. Fabio Cabral (da loja e Selo Passa Disco) explica que “o selo, por exemplo o Passa Disco Records, a gente inventa pra dar mais moral [...] Não tem registro, não tem nada, sabe?”. No mesmo sentido, Catarina Dee Jah afirma: “o selo Joinha (Records) é pra criar uma identidade sonora e visual. A gente sentiu que era legal a gente ter um selo pra gente se lançar. É como nossa marca, entende?”. Hugo Gila (Academia da Berlinda e Orquestra Contemporânea

¹⁵⁵ A “conversa” com Yuri Rabid foi pensada para fazer parte da amostra desta pesquisa e, portanto, ser reproduzida neste trabalho. Mas, depois de totalmente realizada, a gravação foi integralmente perdida por problema técnico no equipamento de reprodução digital. Por não lembrar exatamente do que foi dito por Yuri, achou-se por bem manter a referência apenas como “conversa informal”.

de Olinda) exemplifica: “O Olindence (último CD da academia da berlinda) é distribuído pelo selo Gila Records aí eu distribuo em Olinda”. Abaixo a reprodução de alguns trechos de entrevistas que tentam explorar o mecanismo de funcionamento desses selos frente às grandes gravadoras. Destaque para o depoimento de Alessandra Leão, emblemático ao tocar na questão de formalização dessa atividade.

No primeiro festival que eu toquei – que foi no Abril pro Rock - foi no último ano que vieram as gravadoras pra Recife. E por sorte ou não, eu acho que hoje em dia muito mais sorte, eu não consegui ter um contrato fechado com gravadora. Pra esse Abril pro Rock eu já tinha feito um esquema de prensar CDs e levar uns kits com CDs [...] E já comecei a funcionar como um pequeno selo, uma pequena gravadora, a partir daí. (Zé Cafofinho & Suas Correntes)

Gravamos com recursos gerados pela (banda) Eddie e distribuimos nossos CDs, transitamos no mercado de maneira diferente que o imaginário popular tem do mercado pop, rock, reggae etc... Trabalhamos como uma gravadora, somos a nossa gravadora: gravamos, distribuimos, agendamos nossas datas de trabalho... É assim... (Fabio Trummer, Banda Eddie)

Só que eu acho que no mundo todo essa (grande) indústria, apesar de ter um força muito grande ainda, ela já não é mais a mesma... Antigamente era meio que um caminho natural eu acho [...] Não tinha outra opção se não fosse essa. Você não tinha a possibilidade de sonhar com a produção e nem com a distribuição de discos que não fosse por uma gravadora. [...] O Garganta (Records) existe ainda informalmente. Existe a marca, mas não existe nem a parte formal, a gente tá formalizando agora na verdade... É uma sociedade minha e do Caçapa, né? E não existe estrutura física do Garganta. Na verdade o Garganta é a formatação do que a gente faz. Então, assim, não existe um escritório do Garganta, um estúdio. O Garganta na verdade é uma oficialização do que a gente já trabalha, do que a gente já faz assim independente. Quer dizer, como autônomo, né? Mas a ideia é formalizar porque é muito mais fácil. Eu não tenho medo da formalização não! Pelo contrário, eu fico agoniada é com a informalidade, sabe? [...] Até porque estar formalizada é tão mais funcional no dia-a-dia, evita tanta dor de cabeça... Principalmente hoje com a coisa da micro (empresa) não tem sentido você não formalizar mesmo. (Alessandra Leão)

Ao longo das conversas percebeu-se que a condição de não estar dependente de algum contrato com gravadoras, sobretudo de distribuição, pode ser entendida enquanto escolha do músico (já teve proposta, mas recusou; já teve e não quer ter de novo; ou nunca teve e não quer ter), mas também enquanto contingência de mercado. Nesse último caso, o artista almeja contrato, mas ainda não foi convidado. Os resultados apontam para divisão ao meio: dos seis artistas, três queriam estar vinculados a contrato de distribuição (destaque para considerações do tipo “dependendo das condições do

contrato”), enquanto os outros três preferem trabalhar de forma “independente”.
Abaixo se evidencia as seguintes declarações representando cada avaliação:

Então, nesse segundo momento a gente tá sem ninguém, mas eu queria uma distribuidora... Porque querendo ou não querendo é um trabalho pra produção ter que fazer essa distribuição. Levar nas lojas, fazer controle disso... É importante estar nas lojas de certa forma. Mesmo o mercado oscilando... Hoje em dia essa coisa de se o disco não vende mais, se vende na internet, vende só uma faixa... Enfim, vários formatos que têm... Eu ainda acho que é uma coisa interessante ter o disco na loja porque tem gente que ainda quer ter o disco. Porque o disco na verdade é uma obra de arte, né? É a capa, é as fotos... essas coisas... (Gilú Amaral, Orquestra Contemporânea de Olinda)

É uma escolha. Eu prefiro assim. Eu já tive contrato com gravadora na época da (banda) Cumadre Fulozinha e eu não vi a gravadora fazer nada que eu não tenha conseguido fazer durante esses anos. Com exceção de que a gravadora não pagou! Com exceção disso, aí eu faço melhor do que eles! [...] Porque os contratos com as gravadoras hoje em dia não é só sob o disco. Eles não são só sob o fonograma. A maioria das gravadoras está fazendo o contrato que se chama 360. Você já deve ter ouvido falar que eles ganham sob tudo... Qualquer coisa que eu fizer na minha vida a gravadora tá ganhando. Com exceção, claro, de um caso ou outro assim, mas eu não vejo a gravadora como salvadora. Pelo contrário, eu vejo amigos mesmo que vão negociar com gravadoras maiores [...] Eu tenho uma colega nossa que ficou um ano com o disco pronto e a gravadora segurou: ‘não, não está no momento adequado’. Tá, mas em um ano você vive de quê? Você faz o quê? Além disso, daqui a um ano sua cabeça, sua obra já é diferente, já não é a mesma coisa.... Às vezes não faz mais nem sentido aquele arranjo ou aquela letra... Não faz mais sentido às vezes porque você mudou, né? E aí, veja, muita história de que ‘fiquei um ano, dois, parado...’ [...] Agora é inegável ainda a estrutura que principalmente as grandes têm de fazer o disco chegar em lugares que eu sozinha não chego. Isso é inegável. E isso eu acho que é a grande vantagem. Agora também tem todas as desvantagens ligadas a isso, né? (Alessandra Leão)

Se o contrato de distribuição não existe, quanto às formas de distribuir e promover os seus fonogramas (rádio, TV, celular, internet e shows), todos os artistas afirmaram a importância dos shows, além de destacarem o difícil acesso à rádio e à TV no Brasil. Nesse último caso, a única exceção foi a Orquestra Contemporânea de Olinda que, conforme depoimento abaixo, já teve mais espaço nos meios de comunicação enquanto estava sendo distribuída pela Som Livre. Catarina Dee Jah chamou a atenção para importância de programas locais nos espaços tradicionais (rádio e TV), citando o Retrovisor, da Universitária FM, e o Programa do Roger. Todos afirmaram também disponibilizar suas produções via internet, embora apenas dois deles (Orquestra Contemporânea de Olinda e Alessandra Leão) licenciem essa produção via *Creative Commons*. São esses mesmos dois artistas que afirmam também contar com assessoria

de imprensa para “ajudar” na distribuição e promoção, embora todas as decisões passem por eles antes. Os trechos das entrevistas abaixo evidenciam as formas de distribuir e promover essa produção “independente”.

Tinha uma rádio que a gente tocava, mas agora virou globo FM. Eu não sei o que aconteceu... A gente também distribui de graça. Eu acho isso tão legal, sabe? (Hugo Gila, Academia da Berlinda)

Os programas de rádio e TV são muito políticos, vez ou outra transitamos nesses meios, mas não podemos contar como estratégia de trabalho (Fabio Trummer, Banda Eddie)

No primeiro disco da Orquestra a gente fez independente [...] e na época rolou um convite da Som Livre de distribuição que a gente achou interessante porque era um contrato que a gente conseguiu fazer um acordo. E era só o fonograma, né? O fonograma fica com eles 5 anos, inclusive já acabou esse tempo, e o fonograma voltou a ser nosso [...] E nesse processo foi interessante porque é Som Livre né? A questão da Globo... Então a gente viu que nossas músicas se inseriram em alguns contextos que de repente se não tivesse isso, né? Enfim, a gente acha que foi interessante. [...] Mas quando a gente fechou com a Som Livre a gente não podia liberar em nosso site. Só que isso não existe. Não existe esse controle mais... Nesse segundo (CD) a gente já fez uma coisa bem legal. A gente fez o ‘pague com twitter’. A gente licenciava, você fazia o *download*... Só que pra fazer o *download* você tinha que twittar ou compartilhar ele no facebook. Então isso foi bem legal... A gente em 5 dias teve 5 mil *downloads*. Eu nem sei quanto tá agora, nunca mais vi... E a gente chamou duas meninas como assessoras de imprensa, montou uma equipe nossa também... Então a gente tem que tá muito antenado em tudo. Todos os perfis de coisas de redes sociais a gente tem. De twitter a facebook, ao sondclaud, myspace... (Gilu Amaral, Orquestra Contemporânea de Olinda)

Vê, a internet hoje em dia é um grande aliado e um grande vilão ao mesmo tempo. Depende de como você se articula com ela. Então pra mim é uma ferramenta de divulgação. Tanto de fazer os convites e promover nos eventos, tanto de vídeos e tudo, né? O acesso a rádio na verdade é irrisório no Brasil. (Catarina Dee Jah)

Uma das maiores transformações que eu acho que nesse mercado independente é que ele começa a mudar todos esses canais. Alguns vão ser sempre mais difíceis, né? Algumas coisas em TV, por exemplo, coisa paga em TV ou determinados programas que você paga pra tocar... Essas coisas assim ainda realmente são bem inacessíveis porque eu mesma não vou pagar R\$ 50.000 pra tocar no Faustão, né (risos)?! Isso realmente faz quem tem uma estrutura enorme atrás, mas quanto no final é esse R\$ 50.000? Que custo é esse também? Tem que se pensar... As rádios, a grande maioria, ainda é movida pelo Jabá. Há um tempo atrás eu vi um estudo que a programação média de uma rádio variava cerca de 40 músicas por mês. Era alguma coisa nesse sentido... Mas minha gente! Como 40 músicas por mês? Claro que eles devem colocar uma outra coisa ali perdida, mas é muito pouco... Eu posso estar enganada nesses dados, mas de todo mundo é uma discrepância enorme. Porque as rádios e as TVs tocam o que as grandes gravadoras produzem. E as vezes essas grandes gravadoras não produzem nem 1/10 do que é produzido no mercado nacional! [...]. A distribuição a gente faz muito pela internet

também [...] Mas aí também existe uma limitação. Também não é uma distribuição ampla que cubra nacionalmente. Tem aquelas lojas, que são lojas onde as pessoas naturalmente procura a música que a gente produz. Porque tem capital hoje no Brasil que não tem loja de disco, não tem uma Passa Disco, por exemplo! Tem lojas americanas, tem supermercado... Na Americanas, por exemplo, o meu disco não entra. Só entra com grandes distribuidoras.... Não entra assim direto não. Você não chega na Americanas e diz 'ó quero vender meu disco' não! A FNAC ainda abre a exceção quando a pessoa vai tocar lá... Hoje as coisas da gente acontecem mais pela internet mesmo. Todas as minhas músicas são licenciadas pelo *creative commons* que diz que você pode usar ela pra qualquer coisa, desde que não tenha fins lucrativos. Quando a gente lança um disco a gente normalmente tem uma assessoria de imprensa (isso aconteceu nos dois últimos discos que a gente lançou, que é o Dois Cordões e o Elefante, do Caçapa) que obviamente que não tem o mesmo impacto do que o disco de uma grande gravadora porque entra com toda estrutura do mundo, né? Um artista mesmo considerado independente, né? Por exemplo, Maria Bethania... a gente não vai entrar junto pare-a-pare, né? (Alessandra Leão)

Embora os seis artistas da amostra tenham afirmado “viver de música”, todos também confirmam o caráter flexível, contínuo e pulverizado de suas atividades (não se encerrando nos ciclos de festas – Carnaval, São João etc.). Todos tocam em mais de uma banda e têm projetos paralelos com outros artistas. Além disso, a maioria produz festas e alguns realizam atividades não diretamente relacionadas à música, como o Hugo Gila (Academia da Berlinda e Orquestra Contemporânea de Olinda) e Zé Cafófinho, por exemplo, que afirmaram ter feito “pontas” em filmes; e Catarina Dee Jah que talvez venda “Caipigala” no carnaval de 2013.

Penso no meu trabalho 24 horas e às vezes acho pouco e sonho com ele (risos)! Trabalho como compositor, autor, arranjador, músico de apoio, músico de estúdio, de montar bandas paralelas, empreender no trabalho autoral, alguns de técnico de gravação, direção musical, trilhas sonora para cinema, teatro, dança etc. Faz parte deste mercado de trabalho... Temos que nos ocupar todos os dias e estar sempre produzindo. Eu tenho quatro trabalhos paralelos com bandas e um tanto de parceiros de composição. Dependendo da época e da necessidade do momento, sempre temos que ter algumas atividades em andamento. O trabalho é ir traçando todas elas nos espaços vazios de sua agenda. (Fabio Trummer, Banda Eddie)

Não tem como você viver só de uma banda, embora como a gente é uma banda de certa forma jovem, mas que conquistou muita coisa bacana, então todo mundo prioriza a Orquestra, mas todo mundo tem outros trabalhos [...] A gente entende que é muito importante essa auto-produção também. A gente é uma das bandas que se auto-produz, inclusive em eventos. A gente faz nossas festas [...] Então a gente sempre tá correndo atrás de projetos, de fazer esses eventos... Nós somos 15 pessoas. Imagina 15 passagens de ida e volta... E eu sou um defensor de que o músico, o artista em geral na verdade, ele hoje em dia tem que ter... Ele é um empreendedor, né? Ele é um micro-empendedor [...] Então eu sou um cara que acredito muito nisso. Acho que

you have to compose, you have to play, you have to understand production, you have to talk with the sponsors. It's not production doing it as it used to be. In the past, in the era of recorders, the artist stayed at home... He stayed composing... Today in a day it's not just that. You have to do it and you have to be very involved with what is happening and you are looking for it and you are producing together... Is your life like that? I can't take my life and put it in the hands of another person and want her to solve it... So I think it's a partnership... The musician has to be an entrepreneur or else it complicates and the thing doesn't go. (Gilú Amaral, Orquestra Contemporânea de Olinda)

I have already done a lot of things... I have played in other bands, I have produced other bands, I have given lessons, I haven't worked with this... Various things and today I have tried to keep producing for myself. So today people have the work alone, that involves show, disc, or the Caçapa too; with La Tabaquera, that is the party that people produce. And there are other show projects. For example, with the show with Kiko, that is a musician from São Paulo. I do a lot of things for theater. Caçapa has done a lot for cinema. But all these activities are linked so that people already do. (Alessandra Leão)

This support of the plastic arts helps me to sustain my family when the musical ones are thin and also complements my musical work because I do figurines, scenarios [...] I also have this work not only with my band, but as party producers. Well, now, for example, I have developed a cultural-musical exchange with a party from Argentina that I know from two years ago. A party of electronic cumbia. And I have done two shows, mixing both 'ones' to be able to sustain it, as for musical production. I have done two singles with them. So when I go there they produce for me, they close dates for me and I have brought a few musicians to play here too [...] So I have to dismember in various ways. I have a system that I have both the formation with the band, and the formation alone that is what I went to Argentina for. And my main objective there was to record with the whole lot of things that are new. Suddenly I also brought a disc for personal remixing. I already have material for it launching on the web during the year. I did a partnership with a label there... I defend in a certain way this thing that people feel that in Brazil it has a continental dimension [...] It doesn't work with a very large confluence like with a Latin party. People don't feel like Latin... Latino, damn! So I defend the portunhol selvagem. I'm in this work... Making versions of my songs well in portunhol because I think it's a way of connecting the cultures [...] I think that music also has this duty of integration. In my parties I brought Gabi Amarantos. I promote the Jam sessions. I had a Jam session that participated Jorge Du Peixe... I am an entrepreneur too, right? One thing feeds the other. So my work is not called Catarina Dee Jah and the Radicais Livres. That is my band like a militia. People do these little things well humorously, with the condition of the woman and so on. But the band changes according to the availability of the musician too, right? So I go to São Paulo I have a band of support there, that are the boys of Mombojó. [...] And so it goes. Because here all the musicians play with all the bands. Hugo (Gila) plays with a project called Variante, with the project called Punk Reggae Parque, with the Academia da Berlinda, with the Orchestra and plays with me. So it is. According to the availability all have this confluence of playing together and helping each other [...] Carnival even I don't have confirmation if I will play officially in the editais, so I am already mobilizing to sell 'Caipigala' that is a drink that I invented [risos]... It's a way that I see of sustaining the family after carnival because with the editais it's a lot of money that you don't know when you will receive. So I go selling if this money that I am selling beer I can sustain the family after carnival. And I will also

discotecar, talvez no rec beat e tal. Eu vou me articulando, né? Da maneira que eu posso... Sou mãe de dois filhos ('- É um filho e uma filha' - grita João, 6 anos). E é uma loucura administrar... O marido (Hugo Gila) músico também... Imagina só! (Catarina Dee Jah)

Quando perguntados sobre a sua estrutura de renda básica, segundo a importância das atividades exercidas em suas remunerações (direito autoral, shows, venda de CDs, trilha sonora, marca do artista, aulas de músicas, produção de festas e/ou de outros artistas, e atividade não ligadas diretamente à música), os músicos foram unânimes em destacar os shows enquanto maior fatia de remuneração, 50% foi o mínimo percentual destacado. A produção de festas e fica em segundo lugar em importância. Os discos foram colocados de forma subsidiária ao show já que é o momento em que “você mais vende disco”, segundo afirmação de Gilú Amaral, da Orquestra Contemporânea de Olinda. O direito autoral também foi apontado como forma de recebimento, embora o percentual máximo atingido tenha sido até 25%, considerando a renda total desses artistas.

Quando se trata de comentar a forma de contrato e recebimento da remuneração nos shows, a totalidade da amostra salienta o caráter flexível da forma de pagamento condicionado ao “depende onde vou tocar” e muitas vezes informal da maioria dos procedimentos. Quando se trata de poder público, as críticas giram em torno da burocracia que reflete na demora do recebimento do valor acordado.

(Sobre o recebimento de alguns shows) Galinha! É bom até falar isso, sabe? É bom porque também eu não sou advogado, eu não sou nada, eu não faço nada: eu sou músico! Faço música. Então quer dizer: é bom que me paguem pelo meu trabalho. Porque se não não vai ter espetáculo, porra! [...] Eu nunca fiz nada. Só fiz música na minha vida toda. A única coisa que eu fiz na vida mesmo foi música. Então eu quero que respeitem isso, sabe como é? Porque música é foda. Música é a primeira arte. Todo mundo ouvia música depois veio o resto. Tem que fazer música. Tem que fazer música também porque nada acontece. (Hugo Gila, Academia da Berlinda)

Depende de onde eu vou tocar. [...] Existe várias formas e você vai se adequando porque se precisa tocar [...] Fiz escambo. Chamava alguém pra gravar e depois eu prestava serviço pra essa pessoa. Desde o começo da minha carreira [...] fazia foto de divulgação e aí a gente tocava na exposição pra poder ter as fotos de divulgação [...] Essa informalidade do escambo é uma coisa que me permeia até hoje, sempre fazendo... Faz parte desse ciclo de informalidade trabalhar com escambo. (Zé Cafofinho)

A questão da política de pagamento mesmo... É muito burocrática e muito descompromissada. Porque você investe pra tocar. Você paga van, você paga equipe técnica, você paga hospedagem, você paga alimentação... Se você tem capital de giro você entra num esquema desse. Ou então você bota num cartão de crédito que você tem e você não sabe quando vai receber. A (Academia da) Berlinda tocou no Festival de Inverno de Garanhuns esse ano no palco principal da Guadalajara. O povo lá dançando, se requebrando... Lotou! E você vê aquele camarote dos políticos... Um derrame de dinheiro, de bebida, de tudo, sabe? E o artista não recebe até hoje. São 6 meses. Tem prévias carnavalescas que pagam bem aqui. Paga até um cachê diferenciado que o governo paga e o SESC dependendo da fama que você tem você consegue bons cachês também, mas... É complicado, né? (Catarina Dee Jah)

Embora todos os músicos entrevistados estejam escritos na OMB, todos eles criticaram o modo de funcionamento da instituição, sendo que dois deles problematizaram, ainda, a existência desse órgão.

A gente conseguiu uma liminar pra não usar mais a Ordem dos Músicos. Pode cair a qualquer momento. Liminar não é garantia, né? Mas sempre que a gente vai tocar em SESCOs ou eventos que sempre pedem a OMB a gente apresenta a liminar. Tá passando por esse momento também a OMB... (Gilú Amaral, Orquestra Contemporânea de Olinda)

Pra mim ela (a OMB) não tem função nenhuma. Um órgão como a OMB teria uma importância grande se tivesse uma aposentadoria, se tivesse desconto nos equipamentos, nos instrumentos, plano de saúde... Você só tem ônus, você não tem bônus nenhum. Além de coisas internas, o presidente que fazia eleição de chapa única e ganhava daqui de Recife. Além de fazer eleição de chapa única e ganhar a gente recebia um comunicado em casa pós-eleição pra pagar a multa. (Zé Cafofinho)

A OMB... Nossa, como é difícil de avaliar aquilo dali, viu? A OMB é um negócio que não precisava não no Brasil. Não precisava não... A OMB no fundamento dela, talvez na constituição dela, nas regras que tão ali, no regimento... Talvez funcionasse bem melhor. Pra quê existe OMB? Por que OMB? Alguém me dê uma justificativa concreta... Por que eu pago a OMB todo ano? Que retorno é esse? E hoje na verdade a único lugar que eu vejo pedir a OMB é o Sesc-SP. Mais nenhum no Brasil... Até agora ninguém me pede OMB, nunca me pediu em canto nenhum. Então eu acho que é um caminho que vai chegar um momento que a gente vai conseguir se organizar ou todo mundo tem liminar e vai se tornar uma regra mesmo porque ta cá porra! Tanta gente com liminar daqui a pouco não é possível que... Agora mesmo a gente ta se organizando pra entrar com processo pra liminar... (Alessandra Leão)

Sobre o relacionamento dos músicos com o direito autoral, a totalidade da amostra respondeu que “é necessário, mas precisa de reformas”. Importante destacar aqui que os

seis artistas entrevistados têm trabalho principalmente autoral, o que pode ter refletido no resultado apresentado. Abaixo, a transcrição de alguns trechos:

Tem que se preocupar com o direito autoral. Porque pra quem tem uma banda que possa tocar muito e ter cachê certo é bom. Mas pro compositor... Precisamos discutir mais pra ver como é que vai chegar essa questão da internet também, quem vai recolher isso... Se vai ser o ECAD, como é que vai ser feito esse procedimento... (Gilú Amaral, Orquestra Contemporânea de Olinda)

E tem uma coisa importante que é você sempre correr atrás dos seus direitos autoral. A lei tá ali, tá clara, mas ela só vai ser executada se você se mexer. (Zé Cafofinho)

Mas embora os músicos reconheçam a necessidade do direito autoral, “a bronca mesmo é o ECAD. O ECAD... Porque o que é que o ECAD faz? Recolhe... Mas quem sabe se ele distribui legal?”, afirmou Hugo Gila (Academia da Berlinda). Todos os músicos foram unânimes em criticar a forma que esse direito tem sido arrecadado e distribuído, suscitando a necessidade de reforma desse sistema ao destacarem que “alguém anda lucrando”, conforme destacou Fabio Trummer (Banda Eddie).

Outro dia eu toquei no show em homenagem ao Ave Sangria e eram vários cantores e o ECAD pintou lá. Eu falei ‘ECAD, vocês me conhecem!!! Devem tá me devendo dinheiro’... Fiquei tirando uma onda lá... Dizem que o endereço do ECAD na Av. Paulista é 171 (risos) [...] Mas não há sentido, assim, o músico produzir um evento e ter que pagar direito autoral pra ele mesmo, como às vezes acontece. É uma esculhambação... (Catarina Dee Jah)

E o ECAD... O ECAD é um buraco negro! É um buraco negro nisso tudo. Porque é ECAD é tão absurdo... Teve um show mesmo em São Paulo e aí veio o ECAD ‘ou paga ou a gente não libera’. Mas era meu show! Então a gente ia pagar o ECAD pra receber daqui a dois meses menos do que a gente pagou? Aí chega o ECAD ‘ah não, você não pode liberar’. ‘Mas por que eu não posso liberar?’. ‘Não, porque você deveria ter dito com tantos dias antes’. Eu falei ‘meu amor, veja só: sou eu, entendeu?’ E aí é um negócio tão absurdo...[...] Ficou essa história pra frente e pra trás, pra frente e pra trás... Eu disse ‘meu bem quanto é, vá? Quanto é esse problema todo?’ Aí eu paguei lá... Mas que lógica é essa? [...] E agora nas propostas vem dizendo que o artista é responsável pelo recolhimento do ECAD... Peraí né? Eu acho que o ECAD fica conivente com isso tudo... E realmente deveria ter um sistema muito mais amarradinho... Além disso tudo, a quantidade de gente que recebe direito autoral de música que não era sua é grande porque aí entram as sociedade de compositores, né? [...] O sistema precisa de reformas e precisa ser mais transparente. No La Tabaquera, por exemplo, a gente recolhe o ECAD e eles não perguntam o repertório que eu toquei... Oxe, e vai pra onde? Ou seja, você paga o ECAD sem dizer pra que música você tá

recolhendo (risos). Loja de shopping, qualquer estabelecimento comercial na verdade que use música ambiente, ele tem que recolher uma taxa ao ECAD, mas é pra qual composição? Vai pra onde? Que artista? Não tem clareza nesse processo... (Alessandra Leão)

Quanto à avaliação da sustentabilidade de suas carreiras em relação aos subsídios públicos e privados, apenas dois deles – Orquestra Contemporânea de Olinda e Alessandra Leão - receberam financiamento via lei de incentivo, embora todos tenham tentado edital, exceto a banda Eddie que, conforme expressou Fabio Trummer “nunca recebeu subsídio e nem fez projeto para lei de incentivo”.

Muito difícil. Em São Paulo a galera tem espaços culturais de bancos, de telefonia. Aqui isso ainda é muito pequeno em relação ao que a gente vê por aí. E, porra, a gente é consumidor, tá entendendo? Então a gente tem direito a essa contrapartida. Editais de circulação são importantíssimos. Eu tô vendo, por exemplo, agora a batalha da Orquestra Contemporânea... Onerosa né? Imagina, uma Orquestra... São 12 músicos mais a equipe técnica. Pra viajar é complicado, né? O mercado tá estranho, tá fudido... São transições políticas que é muito foda quando o poder público, o governo tá bancando tudo porque você perde uma certa liberdade discursiva. Você foge um pouco dessa linguagem que eu chamo até de bumba-meu-ovo. Você não tem acesso. Eu tentei oito editais e não consegui me enquadrar em nenhum. Tentei vários editais, mas senti que não me enquadrava. Principalmente nos editais daqui porque a galera explora a cultura popular de maneira muito folclórica e eu acho muito maquiavélico porque ao mesmo que nós somos o cartão postal nós somos negligenciados. Porque a cultura popular ela é a forma primal de existência de um povo. Mas a burguesia a trata como folclore. Meu trabalho tem mais respaldo fora, eu já fui lançada em quatro coletâneas da Europa e aqui, tipo, a cena underground é que me conhece... São Paulo eu sou muito bem recebida, Brasília, Rio... Aqui eu passo muito tempo sem tocar [...] É complicado... Às vezes eu entro até em crise identidade, sabe? Porque você demanda tanta energia pra fazer um projeto... Eu acompanhei diversas vezes essa coisa de projeto. Você falar sobre si sem fazer auto-elogio... Falar sobre seu trabalho é uma coisa muito complicada. E vira uma gincana louca, sabe? Sem sentido. [...] Teve o ano passado mesmo eu cheguei a pontuar 8,4, uma nota ótima, mas aí... Assim, como os produtores estão cada vez pegando a manha de como escrever o projeto, eles inventaram um item de desempate lá na hora... Esse ano amigos que participaram da comissão vieram me dizer que vários projetos que foram aprovados não passaram por eles... É uma coisa totalmente eleitoreira. Não há uma coerência, uma idoneidade. Então eu preferi me libertar isso. Cortei as mangas, literalmente, e investi todos os meus cachês de shows esse ano no projeto de ir pra Argentina e no disco [...] Então eu fiz questão de lançar um disco muito coerente com o que eu queria mesmo, com o meu discurso político também. Graças a Deus eu conto com parceiros maravilhosos, não tô só e consegui, assim, a equipe gráfica tá fazendo site, logomarca, toda a identidade visual. Toparam receber aos poucos, quando for entrando o dinheiro do cachê. [...] O edital virou uma teta azeda. [...] O próprio secretário usa o edital como se fosse uma casa de show, né? [...] Além de você querer se articular, fazer uma coisa independente, real, honesta... Neguinho vem em cima e querer cagar na sua cabeça, lhe prejudicar... Que isso? Então é muito difícil... É punk!!! (Catarina Dee Jah)

Eu tinha um carrinho, vendi o carro e fiz um disco. Eu nunca tive nenhum subsídio público. [...] Fiz tudo sempre na tórra. Já tentei (entrar com projeto para obter subsídios públicos)... Já tentei no FUNCULTURA, mas nem culpo o FUNCULTURA. Eu acho que eu escrevi alguma coisa errada, não sei, eu prefiro pensar assim... É muita burocracia... E eu acho que uma coisa que pra mim é bem relevante nesse negócio do FUNCULTURA é que você acaba que é quase um concurso público pra poder entrar ali. Você tem cláusulas e vírgulas que invalidam um projeto todo e isso poderia ser muito mais... Ah, você tinha que validar o que é importante pra entrar ali, né? (Zé Cafofinho)

Hoje em dia a gente tem várias leis de incentivo e vários projetos culturais e a gente tá muito antenado nisso também e tá colocando projetos. Alguns casos a gente investiu grana e em alguns casos a gente fui subsidiado pelo FUNCULTURA ou por outro projeto de lei de incentivo. (Gilú Amaral, Orquestra Contemporânea de Olinda)

Eu lancei o primeiro disco, o Brinquedo de Tambor, com patrocínio do FUNCULTURA, pela lei estadual né? O Folia de Santo pela lei municipal. O Dois Cordões pela Federal. Os três foram por incentivo. A gente tem feito um esforço, assim, pra procurar caminhos – e não achei ainda não – que também não fique dependendo tanto do poder público pra tudo aqui no Brasil. Mas é difícil porque em alguns momentos, dependendo da área que você tá fazendo, num show aqui em Pernambuco, por exemplo, você concorre direto com o Poder Público. Então é difícil você manter, fazer uma temporada com bilheteria, com exceções de festa. Que aqui, um caso bem regional, tem um movimento maior do que pagar pra ir a um show. Mas acho que isso é fruto dessa política pública que é feita aqui há tanto anos... Show de graça o tempo todo. [...] Mas só que isso o tempo inteiro, durante tantos anos, não forma público, mas deseduca. Não forma público. Não há quem me prove isso que forma público! Porque aqui, com exceção de shows que são feitos mais de artistas de fora mesmo que lotam os teatros com um dos ingressos mais caros do Brasil, mas com exceção desses, eu mesmo não vejo ninguém fazer bilheteria aqui e circular bem. Eu não tô falando nem só de mim. Não vejo ninguém daqui conseguir fazer isso. Eu vejo isso acontecer em festas, algumas. Algumas festas que também vem construindo mercado pra isso que também é muito forte, muito importante conseguir fazer isso. Mas aqui é uma competição desleal. Você compete com o Poder Público. E aí você cria um ciclo vicioso. Você faz um disco com dinheiro do governo, com dinheiro público, aí você lança, faz a turnê inteira com dinheiro público ... Não tem risco de nada, ninguém se arrisca a nada... Em hora nenhuma, eu acho que nem na criação, sabe? Claro que é ótimo você sair de casa com tudo certinho, mas, bixo, se esforce também... Porque isso faz você trabalhar melhor também. [...] Eu vejo as pessoas se adaptarem a um edital ou a um ciclo de festas. Vamos montar um show pro Natal, vamos montar um show pro carnaval, São João, aí Natal de novo e pronto vou me manter o ano inteiro disso. Aí se adéqua o disco ao edital. Não se pensa qual o tipo de produto que se quer lançar no mercado, não se pensa que tipo de turnê se quer montar... É dinheiro público? É. Vai circular? Vai. É importante? É do caralho que circule. Agora de que maneira? Que investimento de dinheiro público é esse que você grava e o disco fica em casa parado? Porque a pessoa não tem a estrutura pra fazer girar aquilo depois. Então o incentivo é importante. Eu, assim, falo isso com propriedade porque eu lancei meus três discos com dinheiro público. Agora eu não tenho cara pra pedir pro governo pra pensarem o disco de novo... Ou colocar o disco caro, por exemplo... Tem que ser baixo o preço dele. (Alessandra Leão)

Por último, quando perguntados sobre a inserção em algum sindicato ou fórum de discussão que debata a política cultural, incluindo o direito autoral, na indústria fonográfica em Pernambuco, acentuam-se, de forma geral, as críticas quanto à política de incentivo do Estado, bem como a dispersão política da categoria. Alguns afirmam ser mais “interessados” nas discussões, enquanto outros procuram se manter longe de qualquer tipo de conflito. A declaração de Alessandra Leão merece destaque por problematizar o “tipo de reflexão” proposto pela maioria dos coletivos que pensam a cultura no Estado.

Aqui o audiovisual conseguiu se articular de uma maneira boa e pressionar o governo porque é um número menor. Eles entendem que eles precisam se unir para as coisas fluírem. Eles conquistaram um edital próprio. Na música não. São milhões de cabeças que pensam de diversas maneiras. (Catarina Dee Jah)

Participo do fórum da música daqui e eu acho que nossa geração aqui em Recife ...da década de 90 pra cá isso ficou muito ausente e eu acho que essa geração tem que mudar isso, né? Então a gente luta pra criar uma política. Agora também não adianta colocar só nas redes sociais...Tem uma galera que tá lutando por isso. Porque é isso, entra governo e sai governo e a gente entende que a gente tá num nível profissional aqui que infelizmente o nosso governo não tá... O pessoal do forró fizeram um sindicato dos forrozeiros de Pernambuco... Estipulando cachê e enfim... Eu acho que é por aí... (Gilú Amaral, Orquestra Contemporânea de Olinda)

Eu ando bem afastado disso, eu já quebrei muito a cara com essas discussões e eu prefiro ter a minha posição. Se eu for procurado eu falo, eu também não me ausento da minha posição, mas também procuro não levantar bandeira. Tenho muito medo de levantar essas bandeiras porque corre o risco de ser mal interpretado. (Zé Cafofinho)

Não tem unidade de organização. E eu não tô esperando que tenha não. Assim, eu também não tô falando de quem tá certo e quem tá errado não. É só uma questão de decisão pessoal mesmo. Eu já me envolvi em comissões setoriais [...] a gente passou um ano lutando muito bravamente na verdade pra juntar um grupo de pessoas, no mínimo 20, estudando realmente... Um ano sobre o cooperativismo e vamos montar uma cooperativa e conseguimos fundar oficialmente uma cooperativa, mas eu me desencantei um pouco na verdade... Porque fica um pensamento de ‘a cooperativa é só pra passar nota’... Eu tô falando da cooperativa, mas eu acho que esse é o pensamento de muitas pessoas quando se juntam em um coletivo. Que é um pensamento muito micro... Um pensamento do seu umbigo, assim... De você resolver a sua nota quando você precisar emitir a sua nota. Ou de você resolver um problema porque o seu coletivo ou a sua cooperativa vai ter acesso a um determinado edital. Ou porque o seu grupo de pessoas vai ter acesso a conversar com o presidente da FUNDARPE... É o seu problema! Mesmo que não seja o seu problema de você com você mesmo é o problema de você com seus amigos... E ainda é micro se você pegar o cenário do Estado. Ainda é micro! [...] O fato de você estar tocando ou de você estar conseguindo

trabalhar não quer dizer que o cenário seja bom. Então eu não tenho mais essa pretensão e essa decisão de, por exemplo, não tocar agora no carnaval... Depois do Festival de Inverno que foi em julho e a gente veio receber no Natal... E além dessa questão do pagamento, eu acho que é a estrutura toda. Qual é a construção que a gente vai ter com um carnaval que custa 40 milhões? Incrível o carnaval daqui. Do caralho! Vou pular esse ano até me acabar, agora tá... Mas o que é que fica depois que passa o carnaval? Isso estruturou o mercado? O pessoal consegue trabalhar o resto do ano? As orquestra de frevo tocam o resto do ano? Os blocos têm atividades o resto do ano? O maracatu tem? Não têm! E também que disparidade é essa? Eu já não tenho nem esse romantismo de achar que o maracatu vai receber o mesmo que um show que vai tocar no marco zero... Infelizmente eu não tenho mais esse romantismo de acreditar nisso. Precisa ser tão distante assim esse tratamento? Precisa que eu tenha direito a um camarim minimamente descente e o maracatu receba de lanche meio pão com queijo? Porque essa é a realidade! Precisa ser assim? Aí eu não vejo essa reflexão! Eu não vejo essa reflexão entre a gente! Eu não vejo esse incômodo na verdade. De você vê o outro se fudendo e acha que tá tudo bem porque você tá fazendo dois, três shows no carnaval esse ano... E você depois pode tocar fora daqui durante o ano... você se mantém e pronto. [...] Se eu subir em um palco no SESC e fizer um show ruim, porque eu não me preparei, porque eu não ensaie, porque eu fui incompetente ou alguma coisa assim, eu não faço outro. Aqui eu faço. Aqui se você subir num show bêbado, vomitar no palco e lalalá você faz o show no outro festival. Não tem essa construção. Esse impulso. Isso que faz você crescer... Isso que faz você querer ser melhor... não tem! Então hoje eu não acredito mais nesse coletivo, nessa cena como um bloco ou como um grupo que tenha uma decisão... Eu não vislumbro pra música uma mudança como essa (se referindo ao audiovisual). Eu não consigo realmente acreditar a curto prazo, a médio prazo... A maior parte do FUNCULTURA hoje vai pra música. Hoje não, há muito tempo... Eu não consigo acreditar que exista um movimento forte e dedicado que consiga, por exemplo, separar para que os projetos de musica sejam avaliados por músicos, especialistas na arte da música e não por alguém de literatura... e também que os de literatura não sejam avaliados por músicos. Porque é injusto. Você escreve um projeto e começa a rezar pra dar certo... Reza pra cair na mão de alguém que tenha o mínimo de sensibilidade... (Alessandra Leão)

Diante da pesquisa de campo realizada em Recife, e considerando especialmente o aspecto do direito autoral, tem-se a repetição das mesmas variáveis relacionadas no GPOPAI. Quer dizer, o direito autoral foi considerado necessário e/ou que deve ser respeitado, embora sujeito a reformas, principalmente no que toca ao seu recolhimento e distribuição via ECAD. Mesmo fazendo a pesquisa com amostra integral de artistas que realizam trabalho autoral, foi observado que “alguém anda lucrando” sim, mas realmente não é o autor dos fonogramas, dado os baixos percentuais que representam essa forma de rendimento na “vida” desses músicos. Com efeito, se o direito autoral não funciona enquanto paradigma de remuneração observa-se o perfil flexível, pulverizado e muitas vezes informal das atividades realizadas, mesmo considerando a maior dimensão dos shows na renda dos artistas em geral. Por fim, mesmo ponderando a inegável relevância da internet (e disponibilizando suas músicas na rede) destaca-se a falta dos

meios tradicionais de comunicação (rádio e TV). Porque conforme afirma Yuri Rabido do Quarteto Olinda atingir público é o objetivo de qualquer artista: “a gente queria mesmo era ser ‘independente de massa’. Ou independente vai significar sempre um mercado paralelo?”

Na verdade, se o “independente” não mantém relação com as grandes gravadoras e não consegue obter rendimentos via direitos autorais, Alessandra Leão estimula: “Mas hoje eu fico pensando: independente de quê? Aí eu acho que hoje na verdade teria que se refletir sobre que dependência está se falando... Se é a independência da grande gravadora... Certo, mas eu acho que isso é um novo cenário, é uma nova configuração...”.

2.2.2 Tecnobrega no Pará

Da mesma maneira, como exemplo do grupo focal pretensamente entendido como forma máxima de independência cita-se o caso do tecnobrega¹⁵⁶. Esse emblema é comentado por meio da pesquisa de campo realizada em 2006 por conjunto de pesquisadores de diversas áreas ligadas à Fundação Getúlio Vargas (FGV) responsável pelo projeto Modelos de Negócios Abertos / América Latina - “Tecnobrega: o Pará reinventando o negócio da música”. A amostra da pesquisa envolveu 76 bandas, 273 aparelhagens e 259 vendedores de rua de CDs e DVDs de tecnobrega.

Segunda a pesquisa (LEMOS, 2008, p. 21), o tecnobrega – fórmula estética típica do chamado “mundo globalizado contraditório”, que mistura de características globais com locais – se expandiu, de maneira independente das grandes gravadoras e dos meios de comunicação em massa, da periferia para toda a região metropolitana de Belém, da cidade para o estado do Pará, do estado para o Brasil, com projeção

¹⁵⁶ O tecnobrega nasceu do brega tradicional, produzido nas décadas de 1970 e 1980, quando se formou o movimento do gênero no Pará. Na década de 1990, incorporando novos elementos à sua tradição, os artistas do estado começaram a produzir novos gêneros musicais, como o bregacalypso, influenciados pelo estilo caribenho. No início dos anos 2000, por volta de 2002, surgiu o tecnobrega. Mais recentemente, veio o cyber- tecnobrega e o bregamelody, ambos influenciados pela música eletrônica.

internacional¹⁵⁷. A popularização e domínio das novas tecnologias pelos artistas da periferia de Belém e a inserção de batidas eletrônicas na música brega facilitaram a multiplicação de estúdios caseiros e a produção musical de baixo custo para maior quantidade e diversidade de artistas, associada à estrutura flexível de direitos intelectuais. Mais do que estilo musical, o tecnobrega tornou-se modelo de negócio que criou novas formas de produção e distribuição, emergindo como referência que problematiza a indústria cultural tradicional.

Para entender como se dá o processo de produção, circulação e promoção dessa cadeia, é importante identificar os principais agentes que sustentam o circuito do tecnobrega, reconhecidos no quadro abaixo:

Aparelhagens	Empresas familiares que possuem equipamento de som e fazem a animação das festas bregas no Pará, incluindo as de tecnobrega. Em geral, possuem cabine de controle, torres de caixas de som, telões e diversos aparelhos de efeitos especiais (ascensão da cabine de som, iluminação etc.), DJs e funcionários dedicados a montagem e operação dos equipamentos.
DJ	Principal funcionário da aparelhagem, é o artista que comanda as festas e apresenta inovações ao público do tecnobrega. O DJ de estúdio tem os equipamentos em casa e é a principal fonte de produção dos CDs e DVDs de tecnobrega.
Artistas (compositores, cantores e bandas)	A maioria – 84% – é compositor, além de cantor. Lançam músicas no mercado e formam a banda quando tem canção “estourada” no mercado e são convidados a fazer shows.
Estúdios	Locais destinados à produção independente de novos CDs. Estúdios domésticos são a principal fonte de produção do tecnobrega e substituíram parte do papel das gravadoras e dos selos
Reprodutor não autorizado ou distribuidor informal	Agente que reproduz os CDs e DVDs, concebidos nos estúdios caseiros de bandas ou DJs, e que os repassa aos vendedores de rua. 80% dos CDs nas bancas dos ambulantes são comprados desses agentes.

¹⁵⁷ Hoje em dia, o estilo já é conhecido internacionalmente: rendeu reportagem no *The New York Times* e menção no documentário “*Good Copy Bad Copy*”, de Andreas Johnsen, Ralf Christensen e Henrik Moltke.

Vendedores de Rua	Principais responsáveis pela venda dos CDs e DVDs de tecnobrega. Alguns recebem unidades diretamente de artistas e fazem reprodução própria. A divulgação da música tecnobrega por meio deles é incentivada pela maioria dos artistas.
Festeiro	Pessoa ou grupo responsável pela organização e promoção das festas das aparelhagens, é espécie de empresário e produtor. Contrata casas de festas, aparelhagem e/ou banda, divulga e administra a segurança, a bilheteria e o bar. Financia a compra de novos equipamentos para as aparelhagens.
Casas de festas e balneários	Casas de festas são destinadas a shows e festas durante a noite. Balneários são clubes campestres de sindicatos e associações profissionais, onde aparelhagens fazem festas aos domingos, entre 10:00h e 22:00h.
Programas de rádios e de TV	Alguns programas de rádio e TV são apresentados por DJs de tecnobrega, ajudando a divulgação. Tais programas surgiram por pressão do público, já que as rádios e TVs se recusavam a tocar o tecnobrega.

Fonte: LEMOS (2008, p. 38-39). Elaboração própria

O ciclo funciona mais ou menos assim. Os artistas fazem (quer dizer, são autores), em estúdios caseiros próprios ou de terceiros, músicas e vinhetas que são deixadas nas mãos dos DJs e camelôs do mercado informal de distribuição. Os DJs tocam nas aparelhagens. Os camelôs vendem os CDs a preço compatível com o local. O público pede que elas sejam tocadas nas rádios. Essas músicas fazem sucesso, os artistas são chamados para shows e assim por diante. Diante desse contexto, o mercado de tecnobrega é considerado movimentado por “estrutura complexa” que envolve casas de festas, shows, vendas nas ruas, DJs, aparelhagens. O fluxo dessa cadeia econômica pode ser resumido da seguinte forma:



Segundo a pesquisa (LEMOS, 2008, p. 52) são vários os fatores que levaram o tecnobrega a conquistar novos espaços e públicos. Dentre eles, cita-se a inovação como valor, o “culto à tecnologia”, o sistema de divulgação baseado nos reprodutores não autorizados e a ausência de direitos autorais. Com efeito, diante do gráfico acima, pode-se começar por afirmar a importância de possuir estrutura suficientemente articulada de produção e distribuição. Nesse contexto, a não ser por valor simbólico e como forma de prestígio, pertencer a gravadora não é relevante. Quando os agentes percebem que as vantagens de ter contrato com gravadora podem ser obtidas ou substituídas pela ação de outros agentes – bom estúdio caseiro onde se possa fazer a produção e estrutura de venda informal –, o contrato com empresas da indústria fonográfica deixa de ser a melhor opção. “Uma vez disseminada e apropriada, não há santo nem lei capaz de impedir sua utilização”, afirma Lemos (2008, p. 132). Com isso, fica fácil entender porque 88,37% das 76 bandas de tecnobrega analisadas na amostra nunca tiveram contrato com gravadora ou selo.

Na verdade, o estudo (LEMOS, 2008, p. 128) revela também que quase metade (42%) das bandas analisadas não chegou sequer a gravar CD, já que o artista só grava CD depois de acumular várias faixas de sucesso. DJ entrevistado pela pesquisa explica: “tem cantor que não tem condições de gravar CD. Aí, o cara grava duas ou três músicas no teu estúdio e fala: ‘vou soltar ali! Se der sorte de virar sucesso, eu continuo gravando’. Aí ele pode deixar no estúdio”. Por isso, em muitos casos, os DJs produzem coletâneas, com sucessos de vários artistas para “soltar” no mercado informal de

distribuição¹⁵⁸. Tem-se então que 44% dos vendedores de rua declaram que os CDs mais vendidos são coletâneas de aparelhagens, seguidos das coletâneas dos DJs, preferidas nas bancas de 39% dos entrevistados (LEMOS, 2008, p. 136).

Com efeito, a maioria dos cantores das bandas de tecnobrega, 51%, incentiva a venda de seus CDs e DVDs pelos camelôs, pois vêem os vendedores de rua como divulgadores da sua música, e não como concorrentes nas vendas¹⁵⁹ (LEMOS, 2008, p. 152). A venda de CDs e DVDs de tecnobrega pelo mercado informal apresenta não só vantagens aos artistas, mas para o vendedor de rua, para quem o negócio também é vantajoso. Cada ambulante fatura, em média, cerca de R\$ 1.200,00 com a venda de CDs e R\$ 870,00 com a venda de DVDs (LEMOS, 2008, p. 168).

O “culto à tecnologia” é a forma mais evidente e material de inovação. Descrever a festa de aparelhagem a quem nunca foi é, definitivamente, tarefa ingrata. É impossível dar a dimensão do que é o evento apenas por palavras. A pesquisa (LEMOS, 2008, p. 78) revela que as festas acontecem em diferentes pontos da cidade de Belém, principalmente nos bairros de periferia, pelo menos, quatro vezes por semana. Elas promovem o encontro de centenas a milhares de pessoas e é uma das principais atividades de lazer da população de Belém.

Para se ter uma idéia, se você não sabe onde está acontecendo uma festa em Belém, olhe para o céu. Veja de onde saem as luzes de holofotes poderosos. É o chamado *skywalker*, um sinalizador que projeta raios de luz e que pode ser visto de pontos longínquos da cidade. Siga o rastro. São essas as luzes guias que levam milhares de fãs às festas de aparelhagens. Um dos informantes da pesquisa comparou Belém a Gotham City, fazendo referência ao “batsinal”. Ao chegar mais perto, confie no seu sentido auditivo e persiga a música até encontrar a rua certa. Quando já se consegue avistar a festa, encontram-se centenas de pessoas em volta, na fila, no quarteirão. Ao entrar, os pés pisam um solo vibrante, tremente – efeito provocado pelo volume e pela potência das caixas do som. Os enormes equipamentos são um espetáculo à parte. Eles próprios são objetos de adoração do público do circuito tecnobrega. As torres de caixas de som atingem mais de três metros de altura.

¹⁵⁸ O termo “pirataria” denota toda maneira informal de se produzir CD, seja por terceiros, em larga ou pequena escala, seja pelo próprio autor. Acontece que, nesse último caso, a produção não pode ser considerada pirataria, na medida em que se trata da produção da própria obra pelo próprio autor, como explicita a Lei nº 9.610/98, nos artigos 28 e 29.

¹⁵⁹ Quem mais incentiva a venda de CDs e DVDs pelos ambulantes são as pequenas bandas, pois têm menos capital para investir na reprodução própria e mais necessidade de divulgar suas músicas, por serem menos conhecidas pelo público.

A sacralização da imagem das aparelhagens e dos DJs é reforçada por eles mesmos, nas apresentações e nos rituais preparados para o grande show tecnológico que acontece nas festas. Lemos (2008, p. 33) conta que são muitos os DJs que tocam em uma mesma festa de aparelhagem. A cada um que entra, anuncia-se o nome daquele que vai comandar a festa a partir de então. Os que abrem e encerram as festas são chamados de DJs auxiliares. O momento auge se dá quando o DJ principal aparece e faz o seu espetáculo, exibindo os principais recursos tecnológicos da aparelhagem. Em geral, o anúncio vem com mais pompa, acompanhado de rituais que caracterizam cada um deles, como a elevação da cabine de controle, onde se produzem os efeitos visuais e sonoros, criando ambiente mítico. Principal DJ da aparelhagem Tupinambá, o DJ Dinho é conhecido por iniciar suas apresentações com a elevação do Altar Sonoro e por usar o cocar na cabeça ao longo de seu *set*.

Prepare-se! A partir de agora você vai ouvir, curtir e dançar ao som da melhor e maior aparelhagem de todos os tempos: Tupinambá – o Treme Terra! A maior estrutura de som está aqui para fazer a sua alegria. Som tridimensional, iluminação digital e os melhores DJs no comando do Altar Sonoro: DJ Toninho; DJ Wesley; a primeira mulher DJ em aparelhagem – ela, a DJ Agatha; e o fantástico DJ Dinho. Agora é TUPINAMBÁ! (Trecho da faixa de um CD, conforme é proferido durante as festas da Tupinambá, exaltando os DJs).

Telões, televisores de plasma, câmeras que filmam e transmitem a festa instantaneamente, *skywalkers*, notebooks, são alguns dos recursos tecnológicos adquiridos e exaustivamente exibidos ao público, visando ao aumento da popularidade. Certo é que a tecnologia é a chave na competitividade entre aparelhagens e, nitidamente, impulsiona o mercado do tecnobrega¹⁶⁰. Segundo a pesquisa (LEMOS, 2008, p. 162) são quase 4.300 festas de aparelhagens por mês. Nesse contexto, destaca-se o processo diametralmente inverso ao da formação do público por meio da rádio. DJ entrevistados (LEMOS, 2008, p. 78) explica o funcionamento dessa dinâmica:

A gente distribui as músicas para as aparelhagens. Quer dizer, ela tocou nas aparelhagens, estourou. Aí as pessoas começam a ligar para a rádio pedindo.

¹⁶⁰ A criação do “chevete computadorizado” por amante de som automotivo sem condições financeiras de adquirir carro mais moderno poder ser o emblema pra fazer analogia à parabólica fincada na lama da cena mangue beat.

A rádio é que vai correr atrás da música que está estourada nas aparelhagens. Quer dizer, inverteu o papel. Antigamente, era a rádio que fazia a sua música subir. Hoje em dia, não. De uns sete anos pra cá, as aparelhagens foram ocupando esse espaço. Então, as músicas que estão pegando bem nas aparelhagens, o pessoal já liga para a rádio pedindo. Aí, eles são obrigados a tocar¹⁶¹.

Nesse circuito de mercado do tecnobrega fica claro também que festeiro não é designação pra quem vai a muitas festas em Belém. É o termo local referente àquele que promove as festas de aparelhagem, espécie de promotor. Ele é o agente local com maior poder de investimento de capital no mercado. Além de organizar o principal evento do circuito, é ele quem investe na renovação das aparelhagens. O festeiro, por exemplo, aluga a casa de festa, contrata a aparelhagem e/ou bandas, divulga o evento, responsabiliza-se pela segurança e pela bilheteria e abastece o bar com bebidas. Onde recursos financeiros são mais escassos e os “valores” não se reduzem a dinheiro, as relações são guiadas pelo princípio da reciprocidade e o principal capital nas trocas são as redes de contatos, capazes de abrir ou fechar portas¹⁶². Lemos (2008, p. 100) conta que

Para administrar a equipe de garçons e o bar, ele contrata um funcionário que recebe um percentual da venda de cervejas: a cada caixa vendida, se ganha uma cerveja. Os garçons pagam sua entrada na casa, que varia entre R\$ 10,00 e R\$ 20,00, e também pagam o gelo da cerveja do festeiro e arrecadam R\$

¹⁶¹ Lemos (2008, p. 142) destaca que as rádios comunitárias e as rádios cipó também são meios populares de difusão. As rádios cipó são como rádios poste, pequenos veículos comerciais que divulgam música e propaganda com caixas de som e megafones (“bocas de ferro”), penduradas nos postes de ruas movimentadas.

¹⁶² A pesquisa destaca que (LE MOS, 2008, p. 101) como os contratos são informais, a experiência e a credibilidade do festeiro são imprescindíveis para o bom andamento dos negócios. Em geral, existem dois tipos de contratos – verbais – estabelecidos por esses profissionais. Ou adiantam 50% do valor do contrato para a aparelhagem e quitam o restante ao final da festa, ou pagam 100% do valor do cachê adiantado. A ausência de contratos formais permite a renegociação do combinado, de acordo com os resultados obtidos. Festeiro iniciante relatou como isso acontece: “É normal. Tu chegas a aparelhagem e diz: ‘sete mil, tá?’. É assim, por exemplo: tu dá a metade. Quando chega na semana da festa, tu vais levar os outros três e quinhentos dele, aí ele diz: ‘sabe que aconteceu, cara? Tava precisando da outra metade. Vendi pro Tiago, agora a festa é tua e dele. Entra lá com ele para conversar, para ver o que vocês vão fazer de mídia de propaganda’”. Apesar da informalidade do circuito, o tecnobrega também se insere no mercado formal. Paga determinadas taxas como qualquer outro segmento. Entre os custos fi xos do festeiro, estão as licenças estaduais: R\$50,00 para a Delegacia Estadual de Crimes Contra o Meio Ambiente e Urbanismo (DEMA) e R\$ 86,00 pelo alvará de licença da festa. Em meio a ambiente em que quase nada está sujeito a impostos, os festeiros fazem questão de enfatizar os benefícios que o pagamento de impostos com o tecnobrega traz para o estado. “Anualmente, o governo leva uma faixa de 8 milhões”, disse festeiro entrevistado. A geração direta ou indireta de renda e emprego, bem como o volume de arrecadação fiscal são a argumentação base de festeiros para apontar a necessidade de investimento por parte dos administradores públicos na “cultura do povo”: “nós empregamos, diretamente, cem pessoas em média e, indiretamente, umas trezentas pessoas”.

0,50 por cerveja vendida. Um festeiro ‘grande’ vende entre cinco mil e 15 mil caixas de cerveja por mês. [...] O serviço de segurança prestado por policiais militares custa R\$50,00 e por civil, R\$25,00. [...] Os postos de bilheteiro e porteiro são ocupados por membros da família: R\$50,00 por festa. A divulgação é feita em grande parte na mídia local, com carros de som que podem entrar nas ruelas das periferias das cidades, atingindo diretamente o público de maior frequência nas festas. Para contratá-los, o festeiro desembolsa R\$18,00 por hora para o dono e R\$50,00 para o acompanhante. Faixas saem a R\$15,00.

Quando as músicas fazem sucesso nas aparelhagens e rádio o artista é convidado a se apresentar. E só então que forma-se a banda propriamente dita. Um ou dois casais de bailarinos, dois ou três músicos e o cantor, ou melhor, em geral, cantora, são os integrantes básicos da banda de tecnobrega. O teclado, sempre presente, abre alas para os dançarinos iniciarem suas coreografias, em geral, sob trajes exóticos, e dá a base para a voz que chega para levantar o público. A guitarra é outro instrumento presente em quase todo show de tecnobrega. Com a base eletrônica e incorporando características típicas do brega, a maioria das letras do tecnobrega aborda temas como desilusões amorosas¹⁶³. Lemos (2008, p. 111) verifica que são quase 1.700 shows realizados pelas bandas por mês, na capital e no interior. A maioria deles acontece com a apresentação de única banda, embora cerca de um terço ocorra com a participação de outras bandas e aparelhagens.

A pesquisa (LEMOS, 2008, p. 160) declara também que considerados apenas os trabalhos diretos relativos a aparelhagens, bandas e comércio informal, o circuito do tecnobrega gerou, em 2006, 6.552 postos de trabalho. Do total, 1.639 relacionados às bandas, 4.053, às aparelhagens e 860 no comércio informal. Vendedores de cerveja e de ingressos, seguranças, pessoal de limpeza e outros serviços não estão incluídos na conta, já que o número de pessoas necessárias para a realização da festa varia muito de acordo com o porte da aparelhagem ou o sucesso da banda contratada, inviabilizando

¹⁶³ **Me perdoa amor**

Tecnoshow – *Gabi Amarantos*

Eu não consigo acreditar que no seu peito existe amor

Sei que é difícil demonstrar, estou sentindo tanta dor

Há muito tempo eu me entreguei de corpo e alma pra você

Me perdoa amor se eu erreí, mas vou mudar...

Refrão:

Te entreguei minha vida...

E eu entrego a ti meu coração...

Agora é tarde demais...

Eu te peço outra chance... não é fácil esquecer o que passou

Mas vamos tentar reviver o nosso amor...

estimativa precisa do número exato de pessoas envolvidas nesses eventos. Daí que o mercado do gênero como todo empregaria, indiretamente, número muito maior de trabalhadores, envolvidos nas atividades relacionadas às festas, reproduções de CDs, estúdios de DJs, lojas, programas de rádio e TV, fornecedores de materiais e equipamentos, entre outros¹⁶⁴.

Por fim, a pesquisa (LEMOS, 2008, p. 162) conclui, então, que o mercado de tecnobrega, embora flua em paralelo ao modelo da indústria fonográfica formal, se revela como paradigma “criativo” e “francamente positivo” de *open business*, em que se produz e distribui de forma inclusiva, mercadologicamente sustentável e altamente eficiente do ponto de vista locacional¹⁶⁵. Esse circuito, segundo os pesquisadores da FGV, por sua vez, dificilmente criaria tantas atividades econômicas relacionadas à produção artística, seria tão dinâmico e envolveria tantos agentes locais se dependesse da estrutura formal de direitos de propriedade intelectual capitaneada pelas grandes gravadoras e da relativa padronização e concentração do conteúdo cultural produzido por elas. Quer dizer, uma das conclusões mais importantes do estudo, portanto, diz respeito à relação entre a sustentabilidade do empreendimento e flexibilidade dos direitos autorais. Segundo os pesquisadores (LEMOS, 2008, p. 162) “a aplicação das leis de propriedade intelectual, dentro do atual contexto tecnológico e socioeconômico, não tem sido necessariamente de muita valia para as indústrias criativas, tampouco tem contribuído para os consumidores”.

Ainda assim, em que pese às conclusões realizadas pela pesquisa, é importante destacar que é o poder econômico do festeiro que realiza as aparelhagens que determina o sucesso das músicas. Na própria pesquisa (LEMOS, 2008, p. 100), o dono de grande aparelhagem reafirma essa dependência: “Você tem que correr atrás de festeiro que queira investir em você. Metade da nossa festa foi patrocinada por festeiro”¹⁶⁶. Na

¹⁶⁴ O estudo (LEMOS, 2008, p. 145) reconhece que empreendimentos paralelos ao mercado também aquecem a economia local. Apesar de terem importância periférica em comparação com outros agentes do mercado, o valor simbólico e mesmo econômico de iniciativas que giram em torno do tecnobrega não é desprezível. Lojas de roupas, como a ‘Absoluta’ e a ‘Estátua’ lançam e vendem produtos associados ao mercado. A primeira vende calças, camisas, calcinhas, boné, canecas, toalhinhas, gorros e bermudas com os nomes das aparelhagens bordados. As peças mais vendidas são da Tupinambá e da Super Pop. O preço médio das peças (calças comprida e ‘capri’) é de R\$ 80,00. Entre julho e agosto de 2006 foram vendidas cerca de sessenta peças. A designer dos modelos, Vera, esposa do DJ Edielson da Ciclone, revende as peças da loja em *stand* nas festas da aparelhagem.

¹⁶⁵ A eficiência locacional refere-se aos benefícios gerados para determinado local ou região.

¹⁶⁶ A pesquisa *survey* mostrou que os donos das aparelhagens têm renda mensal superior à proveniente das atividades com as aparelhagens, confirmando as declarações dadas nas entrevistas de que eles buscam

aparelhagem, por sua vez, não raro estabelecendo-se também relação de dependência do artista em relação aos DJs, que é quem coloca novas músicas nas paradas de sucesso do tecnobrega. O que antes era dirigido diretamente ao rádio hoje é subsidiado ao DJ. Surgiria então, nova espécie de “jabá”? Além disso, mesmo considerando a “eficiência locacional” do tecnobrega é relevante esclarecer que a maioria dos artistas não consegue viver “só” de suas atividades com as bandas. Embora não seja exatamente novidade nesse trabalho, os artistas diversificam suas fontes de renda, sendo que no tecnobrega o número de artistas que realizam atividades não ligadas à música é maior. A pesquisa (LEMOS, 2008, p. 99) reconhece que apenas 29% dos cantores das bandas de tecnobrega vivem exclusivamente da renda que obtém com música.¹⁶⁷

Certo é que uma das principais diferenças do tecnobrega em relação a outros mercados fonográficos consiste realmente no tratamento dado aos direitos autorais. Diferente das pesquisas realizadas pelo GOPAI e também na cena independente de Recife, os atores do tecnobrega pouco se lembram da existência de direitos autorais. E, se esses são lembrados, não preocupam os agentes participantes do circuito em questão. Os mercados da informalidade só existem – mesmo na ausência de direitos de propriedade formalmente estabelecidos – por se submeterem a certas formas hierárquicas que os estabilizam e permitem que seus participantes tenham horizonte minimamente previsível para sua atuação. Além disso, a ideia de livre difusão das obras foi desenvolvida de forma especialmente intrínseca às circunstâncias sociais da realidade paraense¹⁶⁸.

fontes de rendas complementares. Do total, 84% deles exercem outras profissões, relacionada ou não ao tecnobrega. As mais citadas foram: donos de comércio, pintor, pedreiro, vendedor, carpinteiro e eletricitista. Somente 10% dos donos de aparelhagens de tecnobrega do Pará possuem renda exclusivamente proveniente da aparelhagem e os 6% restantes são aposentados.

¹⁶⁷ O estudo (LEMOS, 2008, p. 95) aponta que a renda desses artistas “não é baixa”, considerando o salário médio de Belém. Dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) de 20018 apontavam que o rendimento nominal médio mensal da população de Belém com mais de dez anos de idade era de R\$ 700,64. Só com as atividades da banda, a renda mensal média de cantor é de R\$ 1.685,83. A renda média aumenta em mais de 100% com as demais atividades dos artistas. Já os bailarinos não são tão beneficiados. Em geral, seu cachê gira em torno de R\$ 30,00 por show. São poucos os que acompanham a banda por muito tempo. Na maioria das vezes, não são integrantes fixos e são regularmente substituídos, evitando processos trabalhistas e criação de vínculo. Mas para muitos dançar é, além de fonte de complementação de renda, a oportunidade de fazer parte do meio artístico, de criar rede de contatos e até mesmo forma de fazer o que faria fora do palco, com a vantagem de “brilhar” junto com a banda e animar o show.

¹⁶⁸ Lemos (2008, p. 174) destaca que o olhar das teorias econômicas, especialmente a neoclássica, a aplicação efetiva dos direitos de propriedade é fundamental para garantir os retornos de investimentos na atividade. Portanto, o impedimento de acesso aos bens, exceto se remunerado, seria premissa para o funcionamento do mercado. Sem essa garantia e incentivo básico, os artistas e produtores não teriam

Quer dizer, o mercado do tecnobrega organizou-se e expandiu-se sobre regras não formais do direito de propriedade, baseado em produção de baixo custo e sistema de distribuição descentralizado, conseguindo sustentar-se em alicerces flexíveis e distintos dos modelos de negócios da indústria fonográfica tradicional. Mas isso não significa ausência de regras. O mercado tem normas próprias e fatores de estabilização, além de ser caracterizado por hierarquia tão peculiar quanto às regras a que está submetido. A ausência de direitos autorais não significa ausência de preceitos, mas, sobretudo, a ausência de remuneração por meio desse mecanismo. O que, no caso em análise, contribuiu para a expansão dessa forma de mercado.

3 Gestão pública

Se o direito autoral não remunera o trabalho já precarizado do músico, o poder público não vem agindo proativamente no sentido de proteger, incentivar e fomentar esse tipo de atividade e salvaguardar a sustentabilidade dessa categoria. Segundo a tese de Albino Rubim (2008, p. 52), a história das políticas públicas culturais brasileiras é perpassada por três eixos: ausência, autoritarismo e instabilidade. A ausência de políticas públicas é percebida desde o Brasil colonial, com a inexistência ou lacuna de políticas; o autoritarismo aparece nos períodos em que o “Estado assume um papel mais ativo e, por conseguinte, enfrenta a tradição de ausência”, evidenciado por “estrutura desigual e fortemente elitista”; e a instabilidade seria a soma da ausência com o autoritarismo, representada por fatores como “fragilidade organizacional, ausência de políticas mais permanentes e descontinuidades administrativas”.

Embora a edição de leis e documentos (já comentadas neste trabalho) que apontam para a valorização do discurso da cultura; além da atual Constituição Federal brasileira que anuncia a importância da cultura, definindo o papel do Estado em sua

estímulos para continuar em dado empreendimento, comprometendo, no limite, atividade ou mercado. Mas o fato é que existem outras vertentes de estudos econômicos que apontam referenciais distintos para estudos de mercados, incluindo o mercado de bens culturais, que muito contribuem para entender as bases que garantiram o surgimento e a expansão do tecnobrega no estado do Pará. Entre elas, destaca o estudo (LEMOS, 2008, p. 176), está a sociologia econômica, que surgiu em meados dos anos 1980, e que defende o estudo da inserção dos mercados na vida social e não sua autonomia. Quer dizer, para a sociologia econômica, mercados são sempre estruturas sociais. Essa perspectiva de análise também supera o preconceito que coloca a indústria cultural de massas, pasteurizada, em oposição a produção artística baseada na valorização de conteúdos sofisticados.

gestão¹⁶⁹, Marilena Chauí (2006, p. 45) avalia que, entre as escolhas possíveis de política pública cultural¹⁷⁰, o governo brasileiro escolhe a populista neoliberal. Porque procura estimular a cultura através de leis de incentivo fiscal ao patrocínio privado de obras de “cunho cultural”. Em última análise, transfere-se, de forma principal, para as empresas obrigação genuinamente estatal, afirma a autora. A privatização fica mais evidente, por exemplo, quando se destina 300 milhões ao Fundo Nacional de Cultura e um bilhão e 300 milhões para a renúncia fiscal – que também é dinheiro público, mas destinado a atender interesses privados. Por isso pode-se afirmar que a política de cultura, naquele que implica deliberação, escolhas e prioridades, é propriedade das empresas e suas gerências de marketing. A predominância dessa lógica, portanto, minimaliza o poder de intervenção do Estado e potencializa os interesses de mercado¹⁷¹.

Quando se trata especificamente de indústria fonográfica, vale citar: projeto Pró-Música (Programa de Apoio à Exportação de Música), criado em julho de 2006 pelo MinC em parceria com a AMBI, a APEX e o SEBRAE; e a implementação da Câmara Setorial de Música, entendida gerida pela Fundação Nacional de Arte (FUNARTE); além da Lei Federal de Incentivo à Cultura (Lei Rouanet), já comentadas neste trabalho, e dos sistemas de incentivo dos governos de estados e dos municípios. Acontece que o incentivo a produção de discos e vídeos, bem como a realização de festivais, ficam condicionados à aprovação dos chamados projetos culturais, avaliado pelos artistas como tecnocráticos e complexo, além de politicamente suspeitos, no sentido de privilegiar artistas já consagrados¹⁷².

¹⁶⁹ O art. 215 da CF prevê em seu caput: “O Estado garantirá a todos o pleno exercício dos direitos culturais e acesso às fontes da cultura nacional, e apoiará e incentivará a valorização e a difusão das manifestações culturais”.

¹⁷⁰ A autora destaca que a política cultural pode ter escolhas possíveis – a oficial autoritária, a populista, a neoliberal e a cultura enquanto direito do cidadão.

¹⁷¹ As críticas a essa política de retirada do Estado da decisão sobre as políticas de cultura são muitas: o poder de deliberação de políticas culturais passa do Estado para as empresas e seus departamentos de marketing; uso quase exclusivo de recursos públicos; ausência de contrapartidas; incapacidade de alavancar recursos privados novos; concentração de recursos e apoio à cultura que tem retorno comercial.

¹⁷² Há casos emblemáticos de espetáculos e artistas famosos que recebem montantes milionários para desenvolver seus projetos. (CITAR) O grupo canadense *Cirque du Soleil* obteve autorização, em 2006, para captar R\$ 9,4 milhões em sua apresentação no Brasil, que teve ingressos por até R\$ 370. Mais recentemente, a cantora Maria Bethânia desistiu de captar R\$ 1,3 milhão para criar blog de poesias, depois de o caso ser duramente criticado em todo o país. Em outro exemplo recente a peça da Broadway Família Addams recebeu autorização para captar R\$ 13 milhões por meio da lei e cujo faturamento deve chegar a R\$ 9 milhões – no total, cinco vezes mais do que a Região Norte recebeu em 2011. “É um produto que pode ser feito totalmente de forma comercial. Além disso, é uma descaracterização da produção nacional”, afirma Chedid. “Por outro lado, há uma série de restrições que chegam a inviabilizar pequenos projetos. Há um desequilíbrio gigantesco.” A opinião é compartilhada pela superintendente do

Diante disso, o que se nota é o crescimento do “mercado de projetos”, com a proeminência de gestores especializados em editais públicos e a consequente centralização de recursos. Entre 2002 e 2007, por exemplo, 79% dos benefícios da Lei Rouanet foram captadas por propostas originárias do eixo Rio-SP, reflexo do interesses das empresas em divulgar suas marcas em estados de maior visibilidade. O Fundo Nacional de Cultura, que hipoteticamente existe para equilibrar essa distribuição, investiu no mesmo período 51% dos seus recursos no Sudeste¹⁷³.

Chauí (2006, p. 67) sustenta, contudo, que a cultura deveria ser entendida pelas políticas públicas enquanto direito dos cidadãos, sem confundi-lo com as figuras do consumidor e do contribuinte. Por isso a autora sustenta postura do Estado enquanto assegurador público de direitos, prestador sociopolítico de serviços e estimulador-patrocinador das iniciativas próprias da sociedade. A autora parte do princípio que reconhece a cultura como direito a partir do qual a divisão social das classes ou a luta de classes pode manifestar-se e ser trabalhada porque, no exercício do direito à cultura, os cidadãos, como sujeitos sociais e políticos, se diferenciam, entram em conflito, comunicam, trocam experiências, movem o processo cultural. Segundo a autora, no exercício da cultura criam-se múltiplos lugares e focos de poder que são concorrentes, concomitantes, divergentes, antagônicos, contraditórios e, não raro, convergentes, o que poderia descentralizar a luta contra o poder concentrado nas mãos de interesses comerciais e burocráticos¹⁷⁴.

Embora as novas tecnologias engendrarem novas sociabilidades, alterando a correlação de forças no processo de comunicação, o usufruto de dados, sons e imagens nesses ambientes dependem do acesso e capacidades cognitivas marcadamente desiguais. Quer dizer, tão importante quanto considerar a complexidade da era digital é

Teatro Guaíra, Mônica Rischbieter. Ela ressalta que a Lei Rouanet deveria ajudar os produtores culturais, e não grandes empresas que divulgam sua marca colada ao grande artista.

¹⁷³ O Ministério da Cultura (MinC) apresentou no último dia 23 de março suas propostas de revisão da Lei Federal de Incentivo à Cultura (8.313/91), a Lei Rouanet. Prometida há cinco anos, o projeto, denominado ProCultura, foi alvo de enorme expectativa, sobretudo pelos defensores de maior equidade nas políticas de financiamento da cultura no país. A reforma da Lei Rouanet tramita no Congresso Nacional, sem grandes alterações na essência da Lei original (a íntegra das discussões e do projeto de lei pode ser encontrado no sítio: _____). Além do ProCultura, tramitam no Congresso Nacional outros projetos que pretendem oferecer benefícios à produção e ao consumo de produtos culturais, como o que cria o bolsa-artista e o vale-cultura, recentemente aprovado e sancionado.

¹⁷⁴ Caso exemplar da importância dos meios culturais enquanto construtor da mobilização dos agentes, é o lugar que, segundo Lenin, o jornal Iskra deveria ocupar no movimento operário e na luta contra a sociedade burguesa, isto é, não apenas como propagandista e agitador coletivo, mas especialmente enquanto organizador coletivo.

sustentar a existência de políticas públicas capazes de evitar monopólios e descentralizar a produção, assegurando diferentes formas de “visão” do mundo. Espaços em que seja possível garantir a pluralidade real, e não só formal, das vozes e que tenha projeção que vá além dos “pequenos ciclos”. Nesse sentido, sobre a construção do uso social das ferramentas tecnológicas, Renata Rolim (ANO, p. 301) explica que

É a ausência desse tipo de questionamento que explica, em parte, por que passamos alegremente de uma tecnologia da informação a outra (rádio/televisão/computador/internet) sem nos darmos conta de que as antigas – como o rádio, por exemplo – continuam submetidas à forte controle que privilegia um determinado tipo de apropriação e de utilização em detrimento de outros [...] A moderna comunicação de massa no Brasil é, ao mesmo tempo, um campo de disputa onde é possível, para as forças populares, situar-se em suas contradições. Daí que explorá-las nos meios de comunicação de massa é importante e talvez mais ainda o seja a possibilidade de contar com veículos próprios.

Bem se nota, portanto, a importância da continuidade cumulativa e prolongada de rupturas parciais que favoreçam pré-requisito para superação do quadro avesso de dominação. Abrir o próprio caminho dentro do poder quer dizer aqui a relevância do aparelho cultural enquanto meio de produção e parte central do processo material social. Dessa forma seria possível compreensão das relações produtivas decisivas entre cultura, trabalho, comunicação e comunidade. Claro que isso pressupõe etapas históricas e não significa populismo reacionário pintado de ideologia proletária. Na perspectiva do tema deste estudo isso significa, desde o aperfeiçoamento das normas relacionadas ao tema do direito autoral, sobretudo em relação à dinâmica de arrecadação e distribuição desses rendimentos, até regulamentação e políticas públicas que descentralize os meios de comunicação de massa tradicionais e garanta a circulação da produção da cultura que represente as contradições estruturais da sociedade e mova o processo histórico¹⁷⁵.

¹⁷⁵ Em seleção de discursos do Ministro da Cultura cubano organizado pelo Sindicato Nacional de Trabalhadores da Cultura, Hart (1978, p. 177) destaca o seguinte trecho proferido no primeiro Congresso do Sindicato Nacional dos Trabalhadores da Cultura: “uma organização do aparato da cultura deve garantir uma série de princípios [...] o princípio estatal, quer dizer, que as decisões fundamentais se adotem pelos órgãos estatais”. O segundo princípio, seguindo o discurso, é o princípio da participação e colaboração social consciente. Naquele contexto, havia estreita relação do Ministério da Cultura com o Sindicato de Trabalhadores da Cultura, além do Conselho Popular de Cultura. Já existia órgãos e instituições que facilitavam a organização do trabalho da cultura – a exemplo do Centro de Investigação e Desenvolvimento da Música e do Centro de Estudo da Cultura Cubana. Por último, o Ministro destacou (HART, 1978, p. 119) a necessidade de comissões de especialistas: “não podemos deixar o processo de elaboração da política nas mãos de grupo reduzido de funcionários administrativos do Ministério, temos

Referências

Bibliografia

- ADORNO, Theodor W. **Indústria cultural e sociedade**. Seleção de textos Jorge Mattos Brito de Almeida. Trad. Julia Levy [et al.]. São Paulo: Paz e terra, 2002;
- ALVES, Giovanni. **Trabalho e subjetividade: o espírito do toyotismo**. São Paulo: Boitempo, 2011;
- AMORIM, Henrique. **Trabalho imaterial: Marx e o debate contemporâneo**. Annablume: São Paulo, 2009;
- ANTUNES, Ricardo. **Os sentidos do trabalho: ensaio sobre a afirmação e a negação do trabalho**. 2. ed. São Paulo: Boitempo, 2009;
- BANDEIRA, Messias G. **A economia da música online: propriedade e compartilhamento da informação na sociedade contemporânea**. Artigo disponível em <http://www.gepicc.ufba.br/enlepicc/pdf/MessiasBandeira.pdf> Acesso em 9/07/ 2012;
- BARBOSA, Frederico. Boas intenções, poucos recursos: balanço das políticas culturais brasileiras recentes. IN *Proa - Revista de Antropologia e Arte [on-line]*. Ano 01, vol. 01, n. 01, ago. 2009. Disponível em: <http://www.ifch.unicamp.br/proa/debates/debatefrederico.html> Acesso em 25/07/2012
-
- que criar mecanismos, instituições e comissões capazes de ajudarmos a elaborar e conformar essa política”. Hoje Cuba conta com sistema de festivais, o dia do trabalhador da cultura (correspondente ao nascimento de Raúl Gómez García), escolas de arte descentralizadas, além do Instituto Nacional Superior de Artes em Havana. Toda a gestão é estruturada no sentido de (HART, 1978, p. 219) “organizar, facilitar e estimular o trabalho dos artistas”. “Deve-se garantir não só as condições materiais adequadas, mas também a garantia de que não têm que se preocupar-se quando não puderem mais trabalhar”, afirmou Fidel. Por isso em Cuba não foram as classes burguesas que criaram a arte, mas os setores despossuídos e mais progressistas que deram origem e força a arte, portanto, de raízes popular e interesse do povo trabalhador. Por outro lado, Trotski (p. 138) destaca que “nossa concepção marxista do condicionamento social objetivo e da utilidade social da arte não significa, quando traduzida para a linguagem política, o desejo de dominar a arte por meio de decretos e prescrições. É falso que só consideramos nova e revolucionária a arte que fala do operário. Não é absurdo dizer que exigimos dos poetas apenas obras sobre chaminés de fábricas [...]” No Discurso de pronunciamento da quarta conferencia intergovernamental sobre políticas culturais na América Latina e Caribe da UNESCO (em Bogotá, 1978), o Ministério da Cultura de Cuba acentua a necessidade de afirmação de identidade cultural, mas que essa afirmação da América Latina e Caribe não significa isolamento, mas na premência de determinar as condições que devem inspirar a relação da América Latina com o resto do mundo. Ministério da Cultura de Cuba desde 1976 procura aperfeiçoar as normas relacionadas ao tema, através da adequação do sistema contratual na esfera laboral artística (a legislação do direito do autor cubana - Lei n. 14/1977 - trata de aspectos com relação as normas de contratação e remuneração dos artistas. Centro Nacional de Direito do Autor cuja função básica é garantir a remuneração correspondente.). O fomento ao estímulo a criação e o reconhecimento do papel da cultura no impulso e orientação dos processos socioeconômicos conta como objetivo principal a massividade da cultura.

BENHAMOU, Françoise. **A economia da cultura**. Trad. Geraldo Gerson de Souza. São Paulo: Ateliê Editorial, 2007;

BENJAMIN, Walter. A obra de arte na era da reprodutibilidade técnica. In LIMA, Luiz Costa (Org.). **Teoria da cultura de massa**. 7. ed. São Paulo, Paz e terra, 2010;

BOLAÑO, Cesar Ricardo Siqueira. **Capital, Estado, indústria cultural**. Tese de doutorado – Instituto de Economia da UNICAMP. Campinas, 1993;

BRANCO, Rodrigo Castelo. **O novo-desenvolvimentismo e a decadência ideológica do estruturalismo latino-americano**. Oikos. Vol. 8. Número 1. Rio de Janeiro: 2009;

BRASIL. **Dados e indicadores da cultura**. Ministério da Cultura. 2012. Disponível em <http://www.cultura.gov.br/site/categoria/politicas/gestao-cultural/dados-da-cultura/> Acesso em 28/05/2012;

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Projeto periferia – 2011. Disponível em www.geocities.com/projetoperiferia Acesso em 11/01/2012;

DIAS, Márcia Tosta. **Os donos da voz: indústria fonográfica e mundialização da cultura**. São Paulo: Boitempo, 2000;

DINIZ, Clarissa. **Partilha da crise: ideologia e idealismos**. Páginas 33-44. Revista Tatuí. Novembro de 2011. N. 12. Recife: FUNDARPE, 2011;

DOWBOR, Ladislau. Economia da comunicação. In DOWBOR [et. al.] **Desafios da comunicação**. Petrópolis: Vozes, 2000;

DUARTE, Rodrigo. Indústria cultural hoje. In DURÃO; ZUIN; VAZ (Orgs.) **A indústria cultural hoje**. São Paulo: Boitempo, 2008;

GORZ, André. **O imaterial: conhecimento, valor e capital**. Trad. de Celso Azzan Júnior. São Paulo: Annablume, 2009;

GUERRINI JR., Irineu; VICENTE, Eduardo (Orgs.). **Na trilha do disco: relatos sobre a indústria fonográfica no Brasil**. Rio de Janeiro: E-papers, 2010;

HABERMAS, [Jürgen](#). **Teoria de la accion comunicativa**. Madrid: Trotta, 2010;

HARVEY, David. **Condição pós-moderna: uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural**. Trad. Adail Ubirajara Sobral e Maria Stela Gonçalves. São Paulo: Loyola, 2002;

IBGE [Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística]. **Sistema de informações e indicadores culturais 2003-2005**. Disponível em http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/indic_culturais/2005/default.shtm Acesso em 11/06/2012;

IFPI [[International Federation of the Phonographic Industry](http://www.ifpi.org/)]. **Music Report - 2004** Disponível em <http://www.ifpi.org/content/library/digital-music-report-2004.pdf> Acesso em 23/06/2012;

Internationales Situationniste nº 4, 17 de maio de 1960, trad. de Juan Fonseca publicada em DEBATE LIBERTARIO 2 - Serie Acción directa - Campo Abierto Ediciones, Primeira edição: maio 1977;

ITAÚ CULTURAL. **Programa Rumos Itaú Cultural Música**. 2012. Disponível em http://www.itaucultural.org.br/rumos/regulamento_musica.pdf Acesso em 13/08/2012;

JAMESON, Fredric. **O marxismo tardio: Adorno, ou a persistência da dialética**. Trad. Luiz Paulo Rouanet. São Paulo: Boitempo, 1997;

LESSA, Sergio. **Trabalho e proletariado no capitalismo contemporâneo**. 2. ed. São Paulo: Cortez, 2011;

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. Trad. Carlos Irineu da Costa. São Paulo: Ed. 34, 1999;

LOJKINE, Jean. **A revolução informacional**. Trad. de José Paulo Netto. 3. ed. São Paulo: Cortez, 2002;

LUKÁCS, György. **Estética**. Tomo I. Madrid: Grijalbo, 1982;

LUKÁCS, György. **Prolegômenos para uma ontologia do ser social: questões de princípios para uma ontologia hoje tornada possível**. Trad. Lya Luft e Rodnei Nascimento. São Paulo: Boitempo, 2010;

MARX, Karl; ENGELS, Friedrich. **Cultura, arte e literatura: textos escolhidos**. Trad. José Paulo Netto e Miguel Makoto Yoshida. São Paulo: Expressão Popular, 2010;

MARX, Karl. **Grundrisse manuscritos econômicos de 1857-1858**. Trad. Mario Duayer. São Paulo: Boitempo, 2011;

MATTELART, Armand. **Diversidad cultural y mundialización**. Barcelona: Paidós, 2006;

MATTELART, Armand. **A televisão alternativa**. Texto disponibilizado pela orientadora [...] 2012 (*)

MORAES, Dênis de. (Org.). **Mutações do visível: da comunicação de massa à comunicação em rede**. Trad. Diego Alfaro. Rio de Janeiro: Pão e rosas, 2010;

MORELLI, Rita Cásia L. **Indústria fonográfica: um estudo antropológico**. 2. ed. Campinas: UNICAMP, 2009;

NAKANO, Davi. **A produção independente e a desverticalização da cadeia produtiva da música**. Gest. Produtiva. São Carlos, v. 7, n. 3, p. 627-638; 2010;

NEGRI, Antonio; LAZZARATO, Maurizio. **Trabalho imaterial**. São Paulo: DP&A, 2001;

OLIVEIRA, Dárcio. **Os mil negócio de Kati**. Revista IstoÉ Dinheiro. N. 261. 28 de Agosto de 2002. Disponível em [http://www.istoedinheiro.com.br/noticias/10841_OS](http://www.istoedinheiro.com.br/noticias/10841_OS_Acesso%20em%2012/08/2012;)
[Acesso em 12/08/2012](#);

OMPI [Organização Mundial de Propriedade Intelectual] e UNICAMP [Universidade Estadual de Campinas]. **Study on the economic importance of industries and activities protected by copyright and related right on the MERCOSUR countries and Chile**. 2004;

ORTIZ, Renato. **Mundialização e cultura**. São Paulo: Brasiliense, 2003;

PINTO, José Paulo Guedes. **No ritmo do capital: indústria fonográfica e subsunção do trabalho criativo antes e depois do MP3**. Tese apresentada no Programa de Pós-Graduação em Economia da Universidade de São Paulo. 2011. Acesso em 09/07/2012;

PORTA, Paula. **Economia da cultura: um setor estratégico para o país**. Disponível em <http://www.cultura.gov.br/site/2008/04/01/economia-da-cultura-um-setor-estrategico-para-o-pais/> Acesso em 20/07/2012;

REIS, Ana Carla Fonseca. **Economia da cultura e desenvolvimento sustentável: o caleidoscópico da cultura**. São Paulo: Manole, 2007;

REQUIÃO, Luciana Pires de Sá. **“Eis a Lapa...”: processos e relações de trabalho do músico nas casas de show da Lapa**. Tese. UFF – Programa de Pós-Graduação em Educação. Rio de Janeiro: 2008;

RIFKIN, Jeremy. **A era do acesso**. 2. ed. São Paulo: Makron, 2005;

RIZZO, Alana. Rock in Rio recebe irregularmente verba milionária da Lei Rouanet. Correio Braziliense. 24 de Dezembro de 2011. Disponível em http://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/politica/2011/10/24/interna_politica,275279/rock-in-rio-recebe-irregularmente-verba-milionaria-da-lei-rouanet.shtml Acesso em 12/08/2012;

STANGANELLI, Roberto. **O poder do artista**. São Paulo: Culturama, 1972;

TÜRCKE, Christoph. **Sociedade excitada**. Trad. Fabio Akcelrud Durão. Campinas: UNICAMP, 2010;

UNCTAD [[Conference on Trade and Development](#)]. **World Investment Report – 2004**. Disponível em http://unctad.org/en/docs/wir2004_en.pdf Acesso em 12/07/2012;

UNESCO. **Políticas culturais para o desenvolvimento: uma base de dados para a cultura**. 2003. Brasília: UNESCO Brasil, 2003;

UNESCO. **Declaração universal sobre a diversidade cultural**. Disponível em [.....] 2002;

VICENTE, Eduardo. **A música popular e as novas tecnologias de produção musical. Dissertação**. Departamento de Sociologia do IFCH – UNICAMP. Campinas, 1996;

WU, Chin-Tao. **Privatização da cultura: a intervenção corporativa nas artes desde os anos 80**. Trad. Paulo Cezar Castanheira. São Paulo: Boitempo, 2006;

ZALLO, Ramón. **Economía de la comunicación y la cultura**. Madrid: Akal, 1988;

ZIZEK, Slavoj. **A visão em paralaxe**. Trad. Maria Beatriz de Medina. São Paulo: Boitempo, 2008.