

## A popularização dos meios de produção e difusão da música, e crise na indústria fonográfica. Revolução do precariado musical e contrarrevolução

Manoel J de Souza Neto

### Introdução

A música passou no início do século XXI por tensões sociais, econômicas e políticas decorrentes da micronização da tecnologia e a desintermediação dos meios de difusão, encontrando-se em uma fase de transição. Enquanto as músicas regionais e independentes passam por uma forte ampliação da difusão na internet, do outro lado, as gravadoras e artistas renomados acumulam prejuízos. Novos *players* empresariais formados por setores de telefonia celular, *sites* e provedores disputam os frutos dos criadores com os mídias tradicionais. Em meio aos debates, relacionados a sustentabilidade da cena independente em um ambiente desregulado, todos procuram pela sobrevivência, em uma atividade que, pelo excesso de produção, teve substancial queda na taxa de lucro observada, comparada a enorme ampliação das atividades musicais, formando uma massa de criadores que se revela como o precariado (COCCO, 2012, p. 20-22). Aparentemente, muito já foi dito sobre a produção, difusão e consumo da música, tendo sido, após a internet, analisados os aspectos da reprodução técnica da música, como fez Amadeu (2009) ao parafrasear Benjamin (1936), da mesma forma foram refletidas as novas formas de consumo, ou circulação livre, como fizeram Lessing (2004) e Anderson (2006). Porém, os paradigmas surgidos ainda precisam ser aprofundados, descritos historicamente e nominados, para que sejam verificados seus efeitos.

### Mudança tecnológica, popularização dos meios de produção e difusão: revolução

Se a indústria fonográfica, como uma série de processos da Cadeia Produtiva da Economia da Música<sup>81</sup>, é formada pelas principais etapas de pré-produção,

---

81 Uma cadeia produtiva pode ser entendida como uma rede de interrelações entre vários atores de um sistema industrial, que permite a identificação do fluxo de bens e serviços através dos

produção, distribuição, comercialização e consumo (PRESTES, 2005, p. 30-31), o desenvolvimento histórico se deu através de quatro períodos da economia política da música, os quais, segundo Atali (1995, p. 51-52), estariam divididos em redes: ritual sacrificial, representação, repetição e pós-repetição (composição). A música, como objeto do capitalismo, foi aprisionada em dominação material por mega corporações ao longo do século XX, característica da transição das fases econômicas de representação, para repetição (ATTALI, 1985, p. 87-95), sendo considerada uma indústria de baixa inovação e, no entanto, de alta intermediação atravessando as relações entre artistas e o público. Com o novo século, as mudanças tecnológicas (micronização de equipamentos e formas novas de difusão como a internet), popularização ou o acesso aos meios de produção, geraram novos concorrentes em um mercado anteriormente dominado pelas *majors*. Com os custos de distribuição caindo a quase zero no comparativo do CD para os *downloads* de produtos marginais, a queda teria por efeito o abalo da rede estabelecida, de consumo/difusão e de oferta/procura, isso graças a uma infinidade<sup>82</sup> de novos produtores/emissores responsáveis pela superprodução (MARX; ENGELS, 2001, p. 37), gerando um ambiente concorrencial, reforçando as teses dos autores clássicos da economia que tratam da teoria do valor (ROBINSON, 1979, p. 217).

Anteriormente, a distribuição era regulada por monopólio ilegal através do Jabá, propina paga para difusão nos veículos de comunicação que, ao evidenciar uma ínfima parte do mercado, esconderia todos os demais produtos gerando uma economia da escassez (BELISÁRIO; TARIN, 2012, p. 127). Modo de produção anterior que, sendo monopolista, obrigava o artista a procurar por contratos com gravadoras ou não conseguiria nem distribuição, nem difusão. Mercado da velha indústria que, por outro lado, forçava consumidores ao pagamento de altos preços nos CDs em um mercado cartelizado. A queda da rentabilidade na música, alardeada por muitos artistas e pelas *majors*, se justificam, mas as teorias e números aplicados são baseados em dados forjados, pois não seriam tais argumentos referentes à pirataria as razões da crise<sup>83</sup>. Na realidade, a queda na taxa de lucro

---

atores diretamente envolvidos, desde as fontes de matérias primas até o consumidor final do produto do objeto em análise. (FENSTERSEIFER, citado por PRESTES, 2005, p. 23).

82 No mundo as *majors* produziram em toda a história menos de 1% de músicas do que a demanda reprimida liberou com a internet.

83 A ABPD somava dados de *downloads* de música de todos os usuários, contabilizava junto contrafação, falsificação, pirataria, com a produção legítima e independente chamando-a de “pirataria” em seus relatórios.

unitário do objeto musical teria por origem a super concorrência<sup>84</sup>. O atual mercado simplesmente não fornece níveis de *optimal prices* para o lucro das *majors*, considerando que existem novos consumidores ouvindo novos artistas independentes e que boa parte dos usuários de música que ouvem o parco material das *majors* é usuário de serviços gratuitos. Teses<sup>85</sup> que, ao serem aplicadas, derrubam argumentos de que a pirataria teria levado a indústria fonográfica à quase falência, sendo outras as razões da quebra (ALLEN, 2011), em especial, o excedente de produção musical que não encontra o consumidor.

### **A velha revolução do autor-produtor. A liberação dos meios e o nascimento do precariado da música.**

Aquilo que se imagina novidade, no debate da cena de música independente pós internet, chamada de cultura livre e seu braço na música livre, derivam do ideal da cena musical Punk e seu lema *Do-it-yourself*, que para a maioria surge nos anos 1970 (no Brasil tinha um equivalente na MPB dita independente). Porém, já em 1934, Walter Benjamin (2011), identificando a máquina da indústria cultural capaz de distribuir música em “conserva” como uma mercadoria, eliminando seu caráter revolucionário, sugere conceitos como autor-produtor e consumidores de arte como colaboradores inseridos na esfera de produção em relação direta com os artistas sem atravessadores com vias a socializar os meios de produção intelectual. Portanto, as tecnologias existentes na atualidade vêm sendo inspiradas por pensadores que acreditavam em uma arte com maior autonomia. Com a popularização dos meios de produção e difusão ocorrida no início do século XXI, os lucros do setor da música migraram para outras formas de entretenimento, para o mercado de nichos (ANDERSON, 2004), para as pontas, cenas/artistas independentes (DE MARCHI, 2012) e para as cenas regionais (LEMOS, 2008; SOUZA NETO, 2004). Pode-se inferir que Benjamin já falava 80 anos antes daquilo que se aplicaria à música na atualidade, gerando uma economia de trocas simbólicas através de financiamento coletivo (*crowdfunding*), gravações caseiras (*homestudios*), *sites de downloads* de arquivos digitais usados por artistas para divulgação em redes sociais onde são endossados e distribuídos por seus

---

84 Somente o projeto Genome do *site* Pandora localizou até o começo de 2014 mais de 130 milhões após a internet, comparando com os parques 3,5 milhões de obras musicais registradas pela antiga indústria fonográfica.

85 Oberholzer-Gee e Strumpf (2009) afirmam serem necessários mais de 5.000 *downloads* de uma música para que se deixe de vender um único CD, contrariando os discursos proferidos na mídia e as decisões judiciais que criminalizavam usuários de internet.

amigos e fãs<sup>86</sup>, convertendo-se em moeda para coletivos, festivais e gravadoras *indies*. Portanto, artistas que conquistaram autonomia-relativa das multinacionais através da autoprodução de espetáculos, vendas de CDs diretamente nos shows e difusão de música *on-line*, que tiveram enorme avanço com as licenças alternativas *Creative Commons*, somados aos arquivos de *mp3* e com o *p2p*. O que provocou a renegociação das formas de circulação e de trocas simbólicas, diante do espaço anteriormente monopolizado por algumas décadas pelos mídias (BAU-DRILLARD, 1995, p. 173-175). A indústria fonográfica perdendo a capacidade de ditar produtos, diante da cultura livre (LESSIGN, 2004, p. 28), simplesmente ruiu, abrindo portas para os novos concorrentes que são os milhões de criadores das multidões interconectadas. Se anteriormente as transformações da economia da música relatadas por Attali (1985), marcadas pela repetição dos produtos (catálogos), o que Adorno (2011) tratava por *Evergreens* e *Hits* (ADORNO, 2011, p. 104-117), pertencentes aos poucos donos dos meios de produção difundidos na mídia, tornavam as *majors* independentes dos artistas, ditando gostos, revelando um sistema fechado autopoietico, onde a racionalização da produção transformava artista em objeto da máquina, e os sistemas das cadeias produtivas da economia da música sequer citavam o compositor como parte da estrutura (PRESTES, 2005, p. 154), com a liberação das emissões de trocas simbólicas, são as pessoas e os artistas (99%) que independem dos mediadores antigos<sup>87</sup>.

### ***Broadcast yourself***

Todo o alarde feito pelas *majors* de que a pirataria estaria “matando a música” foi simplesmente concorrência dos novos donos dos meios de produção e difusão, cenários marcados pela enorme diversidade musical. O fenômeno foi causado por excessivo controle de multinacionais sobre os criadores e emissores de conteúdos em regime de *broadcasting* (BRANCO, 2014), revertidos os significados no enfrentamento para *Do-it-yourself* e deste, com a ruptura do monopólio de trocas simbólicas e com a conquista de meios, o novo lema lançado pelo *Youtube* fundindo os anteriores em *Broadcast Yourself* (SOUZA, 2012). A nova onda gerou um mercado de redes flexíveis entre usuários, artistas, gravadoras independentes e *majors*, devido à conexão generalizada, ocorridas pelas redes

---

86 O músico Leoni (2009) afirma que “Os fãs são a nova gravadora. No negócio agora tudo depende da relação entre o artista e seus fãs, especialmente os ‘uber’ fãs, aqueles que compram todo o merchandising, vão a todos os shows e divulgam suas bandas favoritas”.

87 Cf. LEONI. Manual de sobrevivência no mundo digital. E-book. Disponível em: <<http://pt.slideshare.net/desenvolveti/ebook-manualdesobrevivencianomundodigital>>.

virtuais que promoveu a liberação do polo de emissão controlada pela mídia de massas, da demanda reprimida vinda da produção descentralizada de conteúdo para as multidões e, entre elas, onde “a internet ‘desintermedeia’ as relações; o ser humano pode se comunicar de forma global” (BRANCO, 2014), gerando a produção do comum, que:

*Não se refere a noções tradicionais da comunidade ou do público; baseia-se na comunicação entre singularidades e se manifesta através dos processos sociais colaborativos de produção.* (NEGRI; HARDT, 2005, p. 266)

Porém, anteriormente ao efeito da internet, outro fenômeno foi mais relevante com a micronização tecnológica, gerando o barateamento e popularização dos meios de produção sendo possível, atualmente, que: donos<sup>88</sup> de *i-phones*, *androids*, *smartphones*, que tenham acesso a *sites* de *downloads*, *p2p*, *youtube*<sup>89</sup>, e tenham contas em redes e novos espaços de sinergia virtuais (LE MOS, 2003), controlem mais ferramentas de produção e difusão musical do que a velha indústria fonográfica e do audiovisual detinham no passado. Qualquer um que disponha de um investimento baixo torna-se para além de consumidor, como previsto por Enzensberger (1970) em Baudrillard (1995, p. 1987), “produtor/emissor” de conteúdos de audiovisual e música, revertendo os modos de produção, retomando o papel do mestre artesão (MARX; ENGELS, 2001, p. 29-39) ou proletariado que expropriado de seu posto com a revolução industrial, reconquista os meios e sua autonomia, diante das corporações que se tornaram no século XX atravessadoras das emissões e trocas (BAUDRILLARD, 1995, p. 174) de fluxos comunicacionais. O autor como produtor, previsto por Benjamin (1934).

### **Sobreviver de vento? Da fase ritual ao surgimento do precariado**

Retornando a Atalli (1985), as fases anteriores de representação, repetição e pós-repetição ainda existem nos centros urbanos, enquanto nas sociedades autóctones, não podendo ser descartadas as hipóteses da função ritual sacrificial ainda estarem presentes. Diferenciam-se as fases do desenvolvimento cultural, econômico e social por ocorrerem de formas distintas e por não seguirem no mes-

---

88 Pesquisa realizada considerou que em 1991 os recursos existentes em um iPhone custariam por unidade mais de US\$3,56 milhões, sendo estimados na atualidade desta pesquisa em US\$3.000 mil, portanto menos de 1.000 vezes menos se existisse algo similar 23 anos antes (SWANSON, 2014).

89 32% dos vídeos consumidos no youtube seriam feitos pelos músicos “amadores” (SOUZA, 2012).

mo sentido evolutivo como proposto pelos positivistas e eurocentristas, portanto, precisam ser vistas com ressalvas as etapas propostas por Attali (1985) perante diferenças existentes entre os povos, diante das alteridades e subjetividades. Ainda assim, segundo estas teorias, estaríamos então observando uma transição, pois se desenvolvem nas redes virtuais trocas de arquivos musicais com capital simbólico que pode ou não encontrar moeda real para conversão. Esta economia de trocas simbólicas, ou estágio de pré-socialismo musical, se revela uma fase da economia alternativa às fases de repetição e pós-repetição daquelas apresentadas por Attali (1985), mas dialogam com Anderson (2006) e Lessing (2006), ao proporem economias de nichos e de livre circulação. Para além das redes virtuais, tenta-se, na prática, converter em moeda as ações, em trocas de serviços, espaços independentes, moedas alternativas, shows em circuitos de nichos que negam o mercado das *majors*, portanto, ao menos em parte, se enquadram no conceito de que “o comum que interessa é necessariamente antagonista” ao sistema capitalista tradicional (CAVA, 2012). Seria uma nova economia precária, porque “o novo produtor de cultura das periferias faz parte de um precariado global: são os produtores sem salário nem emprego” (BENTES, 2010). Segundo Cocco (2012), “O trabalho se tornou imaterial e cognitivo (cultura) e precisa dos serviços para manter-se tal”. A nova realidade de trabalho improdutivo devido a livre circulação de objetos condiciona os criadores a uma competitividade adaptativa Darwinista, constatada no manifesto *Freemusic* de Samudralam (1994), com a qual cada um se depara com uma Esphinge no espelho, que lança uma pergunta que exige respostas das quais depende obter chances de vida, ou não, diante da pergunta mortal<sup>90</sup>: como sobreviver sendo apenas mais um no formigueiro?

*No capitalismo das redes (...) terreno de conflito entre o novo tipo de trabalho (imaterial) e o novo regime de acumulação (cognitiva). O conflito entre capital e trabalho passa por uma outra dinâmica. Em seu cerne não se encontra mais o salário, mas a “partitura”. (COCCO, 2012, p. 20)*

A incapacidade de adaptação de alguns artistas vem levando a questionamentos, surgidos de artistas como David Byrne (2013). Outros como Santi (2010)

---

90 Ghosemajumder (2002, p. 35) afirma que a disposição do público para pagamento de serviços de *download* de música ilimitada legalizados não passam de dispêndios de US\$ 4,99/mês (padrões nos EUA e UE que não se aplicam ao restante do mundo). Diante disso onde fica a distribuição de pagamentos de royalties de música legal para o meio musical, considerando que somente o Pandora já tem mais de 130 milhões de música diferentes em catálogo? Quem vai ganhar dinheiro com música on-line?

se perguntam: música livre de quê?<sup>91</sup> Resta economia, renda e emprego neste mundo de competitividade adaptativa Darwinista? Outro que não seja em um regime colaborativo? Mantendo as esperanças, Marx acreditava no esgotamento do capitalismo, o que não ocorreu no regime pós-fordista, mas as novas utopias localizadas se formam, heteropias, na concepção de Foucault, apontando como novas protagonistas a sensibilidade e a criatividade (LEITÃO, 2011, p. 8). O sistema que surge permite utopias e heteropias coletivas, mas também anuncia a brutalidade e luta pela sobrevivência que se acentua na ambivalência destes tempos, lembrando Bauman (1999).

### Consciência de classe

O acesso a tecnologias de produção e difusão permitem a geração de músicos/ouvintes a se autoproduzir, a criação permite a reflexão sobre a prática, antes isolados, agora conectados trocando informações e, donos de novos meios, são empurrados para novas formas de organização social e consciência de classe. Conforme Marx e Engels, “um determinado desenvolvimento das forças produtivas e das relações de produção corresponderia certas expressões ideológico-culturais” (1952, p. 414-424). Baixar uma música, trocar um arquivo digital, quebrar direitos autorais, compor e divulgar de forma independente, associar-se a outros em rede, gerando hábitos de produção e consumo “disfuncionais” (CANCLINI, 1993, p. 78) revela-se um motim(des)organizado, guerrilha, torna-se um ato político e revolucionário, um *Fork Bomb*<sup>92</sup>, como proposto em *CopyFight*, uma sabotagem dos sistemas reguladores de “propriedade intelectual”. Uma desobediência civil que não começou na internet, apenas transbordou (ocorriam na cena musical *punk* e *indie* desde os anos 1970 através de festivais, zines, *demotapes*). Uma estratégia subversiva tal qual anteriores, como os *hippies*, movimentos das culturas populares, ou revolucionários. Política das diferenças, que efetivam uma teoria da “ação simbólica”, ao “desviar os medias no seu poder de reação em cadeia” (BAUDRILLARD, 1995, p. 177). Aquilo que Castells (1999) chamou de “socie-

---

91 Uma pergunta que remete ao conceito de “Precariado Produtivo” que seria um trabalhador precário, sem emprego, mas que produz. O precariado se difere muito pouco de outros conceitos como explorado, excluído ou escravo.

92 Fork Bomb é uma técnica de ataque a computadores na qual processos se replicam indefinidamente até esgotar a capacidade de processamento de um determinado sistema. – (:){:}& } ; : ) – uma sabotagem similar dos sistemas reguladores de “propriedade intelectual” (BELISÁRIO; TARIN, 2012, p. 3).

dade em rede”, não pode ser destituída de seu significado político, revolta popular (CHOMSKY, 2002, p. 67- 71).

*No capitalismo cognitivo, essa dinâmica comum se torna o campo de disputa por excelência. Sob a perspectiva marxista, o conceito de comum descende do conceito de general intellect, mas para ir além da dimensão intelectual e englobar a produtividade das relações afetivas, de cuidado, linguísticas e mesmo antropológicas. Mais que produzir objetos, no comum se produzem sujeitos, isto é, formas de vida a partir de formas de vida.* (BELISÁRIO; TARIN, 2012, p. 128)

O acesso e socialização dos meios de produção levariam a revolução do proletariado (MARX; ENGELS, 2001, p. 45-60), em disputa pela forma, que é a expressão objetiva da produção material, e sua reversão, para uma nova economia baseada em “Valor de Uso” e não mais de “Valor de Troca”, portanto, estaríamos diante de uma disputa pelo simbólico (BAUDRILLARD, 1995, p. 146) e signifi- cante na gênese da estrutura, capaz de reverter a cadeia de significados na supe- restrutura, não apenas da música, mas de todas as redes. Ou não?

*Esse deslocamento não é linearmente libertador ou emancipador. Ele apenas define o marco de um novo conflito. Na execução virtuosa, nos lembra Virno, temos sempre uma prestação pessoal, quer dizer os elementos ambíguos próprios da mobilização produtiva da vida. Abre-se o horizonte de uma atividade livre e criativa, mas também cria-se uma nova condição servil.* (COCCO, 2012, p. 19)

Comparando a uma “zomba da lógica mercantil” demonstrados em hábi- tos de produção e consumo “disfuncionais” (CANCLINI, 1993, p. 78), estariam efetivamente preocupados os músicos e ouvintes em realizar uma “acção simbó- lica”? Seriam resistências estes atos? Fica evidente o entusiasmo compartilhado de alguns dos pensadores contemporâneos com os subversivos coletivos culturais, assim como Becker (1963) ao tratar da resistência e conflitos de *Mods* e *Rockers* nas praias de Kent na Inglaterra em meados dos anos 1960. Em oposição a qual- quer uma dessas visões, Mattelart e Neveu questionam suas interpretações, todas de uma só vez, com uma pergunta simples:

*É preciso dar-lhes um valor subversivo? Sugerir mais modestamente que elas têm uma crítica latente dos valores instituídos? Ou não passam de inconses- quentes passatempos que o capitalismo autoriza fora do tempo da escola e da fábrica?* (MATTELART; NEVEU, 2006, p. 66)



Mas se as revoltas seriam efetivamente processos de resistências, afinal onde estariam tantos artistas, hackers, ativistas, e membros de coletivos, cultura digital, midialivristas, fóruns e cooperativas, no momento de real enfrentamento do sistema vigente? Após tantas coalizões de autores reivindicando politicamente seus direitos autorais, *Copyright*, pressionando governos pelo controle da internet, ainda pode se acreditar que a criatividade, experimentalismo e o ativismo andam juntos com a exploração do comum, portanto se convertendo em bem de domínio público? (CRAMER, 2012, p. 129). Seriam as movimentações do precariado tentativas de se incorporar ao sistema de acumulação, como bem lembrou Cava (2012), grupos, que na realidade efetivam um altercapitalismo. Indiferente a realidade dos movimentos da sociedade civil, ou das supostas resistências e subversões atribuídas as “zomba da lógica mercantil” e hábitos de produção e consumo “disfuncionais”, o capital segue sendo o capital. E neste momento artistas que se libertaram de um sistema dominado por *majors*, estão a formar novas dependências com as plataformas de emissão, tais quais: redes sociais, coletivos, festivais, provedores, empresas de *software*, grandes portais de internet, telefonia e novos serviços de *Apps* musicais que surgem todos os anos<sup>93</sup>.

### **Contrarrevolução e considerações finais**

Enquanto no plano ideológico e acadêmico mil teorias tentam explicar a música pós internet, diante desse conflito, o “Império Contra-Ataca” (STURM, 2013) as forças econômicas defensoras do *Laissez-faire*, vêm procurando uma contrarrevolução, procurando resistir aos novos meios tecnológicos (LE MOS, 2008, p. 199). Com a diluição do objeto material por conta da música digital distribuída em redes, as *majors* vislumbram ainda no ano de 1999 que a “Música será um serviço, não um produto” (JONES, 1999), como afirmou Jim Griffin (executivo da Geffen Records/ Universal Music Group). Enquanto procuram por outras tecnologias que lhes permitam a manutenção dos monopólios, buscam através de amarrações jurídicas e medidas protetivas através de tratados internacionais de direitos autorais, internet, comércio, e até de controle social a quebra da neutralidade das redes, bem como de direitos humanos. Justificadas por Jack Valenti, presidente da MPAA<sup>94</sup> como a “guerra contra o terrorismo” (LESSING, 2004, p. 37). As antigas indústrias de conteúdos de audiovisual e música, hoje associados a novos serviços,

---

93 Somente em 2013, surgiram os seguintes serviços de música: Bop.fm; Mindie; Upbeat; DistroKid; Jukely; Turntable Live; Whyd; iTunes Radio; Twitter Music. Fonte: The Revolutionary New Music Apps You Missed In: 2013 – fastcolabs.com.

94 Associação dos Estúdios Cinematográficos Estadunidenses.

como empresas de tecnologia, telefonia, equipamentos, provedores, cabeamento, satélites, estão sabotando o espírito livre que fundou a internet. Convertendo a rede em um sistema de distribuição de produtos controlada, medida que se efetivada ira afetar a autonomia relativa alcançada por aqueles que detêm os meios de produção cognitiva, não apenas com ampliação da precarização do trabalho, mas com limitações das trocas simbólicas. Espalham-se Leis como a Sinde espanhola, pretendendo controlar “a centralidade do valor imaterial, – logo cultural, na acepção de cultura como processo social imanente de criação, combinação e propagação de valores”, estratégia de grupos que pretendem “disciplinar o fluxo de informações, conhecimentos, músicas, imagens, livros, de todo o tipo de conteúdo passível de apropriação e lucro, sempre sob o marco do *copyright*” (Direito do Comum. In: BELISÁRIO; TARIN, 2012, p. 129). As disputas entre o precariado da música, e aqui inclui-se audiovisual e outras manifestações que disputam na atualidade dos mesmos meios com os grupos hegemônicos corporativos internacionais, revelam a contrarrevolução das forças capitalistas que pretendem se impor ao mundo. O início da idade média digital, ou como afirmou Lessing (2004) a cultura “está se tornando cada vez menos livre”. Temas que retornarei em outros artigos.

## Referências

- ADORNO, Theodor W. *Introdução a Sociologia da Música*. São Paulo: Unesp, 2011.
- ALLEN, David. Historical album sales decline and the false sales spike of CDs. 2011. Disponível em: <<http://www.pampelmoose.com/2011/07/historical-album-sales-decline-and-the-false-sales-spike-of-cds>>. Acesso em: 02/01/2012.
- AMADEU, Sérgio; PERPETUO, I. Franco (Orgs.). *O Futuro da Música*, Depois da Morte do CD. São Paulo: Momento Editorial, 2009.
- ANDERSON, Chris. *The Long Tail*. Forget squeezing millions from a few megahits at the top of the charts. The future of entertainment is in the millions of niche markets at the shallow end of the bitstream. Disponível em: <[http://archive.wired.com/wired/archive/12.10/tail\\_pr.html](http://archive.wired.com/wired/archive/12.10/tail_pr.html)>. Acesso em: 05/06/2013.
- ATTALI, Jacques. *Noise. The Political Economy of Music*. Minneapolis: The Univesity of Minnesota Press, 1985. p. 87-95
- \_\_\_\_\_. *Ruidos*. Ensayo sobre la economía política de la música. México: Siglo veintiuno editores, 1995.
- BAUDRILLARD, Jean. *Para Uma Crítica da Economia Política do Signo*. Rio de Janeiro: Elfos, 1995.
- BAUMAN, Zygmunt. *Modernidade e ambivalência*. Rio de Janeiro: Zahar, 1999.

BELISÁRIO, Adriano. TARIN, Bruno. (Orgs.) *{Copyfight :|: Pirataria & Cultura Livre}* Rio de Janeiro: Beco do Azogue, 2012.

BENJAMIN, Walter. A obra de arte na época de sua reprodutibilidade técnica. In: LIMA, Luiz Costa. *Teoria da Cultura de Massas*. São Paulo: Paz e Terra, 2000.

BENJAMIN, Walter. O autor como produtor. Conferência pronunciada no instituto para o estudo do fascismo, em 27 de abril de 1934. In: *Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura*. 14. ed. São Paulo: Brasiliense, 2011. p. 120-136.

BENTES, Ivana. *Midiativismo. Formação Livre e em Fluxo*. Rio de Janeiro: Overmundo, 25/12/2012. Disponível em: <<http://www.overmundo.com.br/overblog/midiativismoformacao-livre-e-em-fluxo>> Acesso em: 26/12/2012.

\_\_\_\_\_. *Redes Colaborativas e o Precariado Produtivo*. 2010. Disponível em: <[http://blogs.cultura.gov.br/culturaepensamento/files/2010/02/const-comum\\_Ivana-bentes.pdf](http://blogs.cultura.gov.br/culturaepensamento/files/2010/02/const-comum_Ivana-bentes.pdf)>. Acesso em: 02/01/2013.

BRAGATTO, Marcos. *A viagem é outra*. 2013. Disponível em: <<http://www.rockemgeral.com.br/2013/12/30/a-viagem-e-outra/>>. Acesso em: 02/02/2014.

BRANCO, Marcelo. “*Brasil está na rota das revoltas hiperconectadas*”. 06/01/2014. Entrevista concedida a Jimmy Azevedo. Disponível em: <<http://jcrs.uol.com.br/site/noticia.php?codn=150736>>. Acesso em: 07/02/2014.

BULI, Liv; HU, Victor. *Data Science and the Music Industry: What Social Media Has To Do With Record Sales?*, 2012. Disponível em: <<http://www.hypebot.com/hypebot/2012/12/data-science-and-the-music-industry-what-social-media-has-to-do-with-record-sales.html>>. Acesso em: 12/05/2013.

BYRNE, David. ‘The internet will suck all creative content out of the world’ – The boom in digital streaming may generate profits for record labels and free content for consumers, but it spells disaster for today’s artists across the creative industries. *The Guardian*, Friday 11 October 2013 15.53 BST. Disponível em: <<http://www.theguardian.com/music/2013/oct/11/david-byrne-internet-content-world>>. Acesso em: 12/01/2014.

CANCLINI, Nestor Garcia. Gramsci e as culturas populares na América Latina. In: COUTINHO, Nelson Carlos; NOGUEIRA, Marco Aurélio (Orgs). *Gramsci e a América Latina*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1993. p. 61-84.

CAVA, Bruno. *O comum – exploração 2.0*. Universidade Nômade. 2012.

CHOMSKY, Noam. *O Lucro ou as pessoas?* Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2002.

CIOFFI, Mariana. *The music industry in Brazil: an invitation to further studies*. MUSIC INDUSTRY STUDIES – University of Liverpool School of Music. 2011.

CNCDA/ECAD: *o império contra-ataca em São Paulo* – 13 de setembro 2010. Disponível em: <<http://arakinmonteiro.wordpress.com/2010/09/07/cncdaecad-o-império-contra-ataca-em-são-paulo-13-de-setembro/>>. Acesso em: 12/02/2013.

DE MARCHI, Leonardo. Discutindo o papel da produção independente brasileira no mercado fonográfico em rede. In: HERSCHMANN, Micael. A. (Org.). *Nas bordas e fora do mainstream musical: novas tendências da música independente no início do séc. XXI*. São Paulo: Estação das Letras e Cores, FAPERJ, 2011.

DE MARCHI, Leonardo. Inovação e institucionalização na indústria fonográfica brasileira: Um estudo de caso das estratégias de negócio de músicos autônomos no entorno digital. *Revista de Economia Política de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación*. Eptic, Vol. XIV, n.2, May – Ago. / 2012

DOYON, Mark. *Think of Your Music as a Service, not as a Product*. 2013. Disponível em: <<http://www.musicthinktank.com/blog/think-of-your-music-as-a-service-not-as-a-product.html>>. Acesso em: 11/01/2014.

DUNN, K. C. *Never mind the bollocks: the punk rock politics of global communication*. *Review of International studies*, 34, 2008, p. 193-210. Disponível em: <[http://www.researchgate.net/publication/232027772\\_Never\\_mind\\_the\\_bollocks\\_the\\_punk\\_rock\\_politics\\_of\\_global\\_communication](http://www.researchgate.net/publication/232027772_Never_mind_the_bollocks_the_punk_rock_politics_of_global_communication)>. Acesso em: 02/01/2012.

EL PAÍS. *Os senhores da rede colonizam a arte*. Disponível em: <[http://brasil.elpais.com/brasil/2014/02/02/cultura/1391378847\\_427986.html](http://brasil.elpais.com/brasil/2014/02/02/cultura/1391378847_427986.html)>. Acesso em: 05 de fevereiro de 2014.

FENSTERSEIFER, Jaime F.; GOMES, Júlio e do Couro. In: PRESTES, Luiz Carlos. *Cadeia Produtiva da Economia da Música*. Rio de Janeiro: PUC, 2005.

FINE, Ben. In: BOTTOMORE, Tom. *Dicionário do Pensamento Marxista*. Rio de Janeiro: Zahar, 1983.

FRANCESCO, Laurie Di. *Mudanças estratégicas e proposta de um novo modelo econômico na indústria fonográfica*. 2007. Dissertação (Mestrado profissionalizante em Administração) Faculdade de Economia e Finanças IBMEC, Rio de Janeiro, 2007. Disponível em: <[http://www.ibmecrj.br/sub/RJ/files/ADM\\_lauriefrancesco\\_jun.pdf](http://www.ibmecrj.br/sub/RJ/files/ADM_lauriefrancesco_jun.pdf)>. Acesso em: 15/06/2008.

GHOSEMAJUMDER, Shuman. *Advanced peer-based technology business models*. Thesis (M.B.A.) Massachusetts Institute of Technology, Sloan School of Management, 2002. Includes bibliographical references (leaf 58). Sloan School of Management. 2002. Disponível em: <<http://hdl.handle.net/1721.1/8438>>. Acesso em: 28/01/2014.

GOMES, Makely O. Prefácio. RUIZ, Téo, LEMINSKI, Estrela. *Contra Indústria*. Curitiba: Na Marra, 2006.

HARDT, Michael e NEGRI, Antonio. *Multidão, guerra e democracia na era do império*. Rio de Janeiro: Record, 2005.

HECKE, Caroline. 10 maneiras de descobrir novas músicas na internet. 26 de julho de 2013. Disponível em: <<http://www.tecmundo.com.br/musica/42496-10-maneiras-de-descobrir-novas-musicas-na-internet.htm>>. Acesso em: 15/01/2014.

IAN, Janis. From The Majors To The Minors. 2000. Disponível em: <<http://www.janisian.com/reading/majors.php>>. Acesso em: 26/01/2014.

IAN, Janis. From The Majors To The Minors. Performing Songwriter Magazine. 2000. Disponível em: <[http://www.janisian.com/article-from\\_the\\_majors\\_to\\_the\\_minors.html](http://www.janisian.com/article-from_the_majors_to_the_minors.html)>. Acesso em: 26/01/2014.

JONES, Christopher. Digital Music at the Crossroads. Wired, 1999. Disponível em: <<http://www.wired.com/culture/lifestyle/news/1999/04/19171>>. Acesso em: 02/01/2011.

KUSCHNIR, Karina. *Antropologia da Política*. Rio de Janeiro: Zahar, 2007.

LE MOS, André. Cyber cultura, alguns pontos para compreender nossa época. In: LEMOS, A. CUNHA, Paulo. (ORGs) *Olhares sobre a cyber cultura*. Porto Alegre: Sulina, 2003.

LE MOS, Ronaldo *et al.* *Tecnobrega: O Pará, reinventando o negócio da música*. Rio de Janeiro. 2008.

LEONI. Então você quer fazer sucesso no mundo da música? Aqui estão as novas regras. 2009. Disponível em: <<http://musicaliquida.blogspot.com.br/2009/07/entao-voce-quer-fazer-sucesso-no-mundo.html>>. Acesso em: 12/05/2010.

LEONI. Manual de sobrevivência no mundo digital. E-book. Disponível em: <<http://pt.slideshare.net/desenvolveti/ebook-manualdesobrevivencianomundodigital>>. Acesso em: 10/11/2012.

LESSING, L. Free Culture. How big media uses technology and the law to lock down culture and control creativity. The Penguin Press: New York, 2004.

MACHADO, A. MAGRI. C.; MASAGÃO. M. *Rádios Livres*. A reforma agrária no ar. Brasiliense. São Paulo, 1986.

MARX, Karl; ENGELS, Friedrich. *Manifesto do partido comunista*. São Paulo: Anita Garibaldi, 2001.

MARX; ENGELS In: BARBOSA, Walmir. Estado e poder político em Marx. Disponível em: <[http://www.goiania.ifg.edu.br/cienciashumanas/images/downloads/artigos/estado\\_poderpolitico\\_marx.pdf](http://www.goiania.ifg.edu.br/cienciashumanas/images/downloads/artigos/estado_poderpolitico_marx.pdf)>. Acesso em: 17/06/2012

MILLION and counting. 08/10/2011 Disponível em: <<http://www.marsbands.com/2011/10/97-million-and-counting/>>. Acesso em: 10/11/2011.

MORAN, Ian P. Punk: The Do-It-Yourself Subculture. *Social Sciences Journal*, v. 10, Iss. 1, Article 13, 2010. Disponível em: <<http://repository.wcsu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1074&context=ssj>>. Acesso em: 10/01/2011.

OBERHOLZER, Felix. STRUMPF, Koleman. The Effect of File Sharing on Record Sales An Empirical Analysis. Harvard Business School UNC Chapel Hill. 2004. p. 36-51

PARRA, Henrique Z. M.; ORTELLADO, Pablo; RHATTO, Silvio *et al.* *Movimentos em Marcha. Ativismo, Cultura e Tecnologia*. São Paulo, 2013. Disponível em: <<https://pimentalab.milharal.org/files/2013/05/movimentos-em-marcha-livro.pdf>>. Acesso em: 02/01/2014.

PRESTES, Luiz Carlos. *Cadeia Produtiva da Economia da Música*. Rio de Janeiro: PUC, 2005.

QUERETTE, Emanuel. *Economia Criativa – Panorama do Mercado da Música no Brasil e no Mundo*. CICTEC: Recife, 2013.

ROBINSON, Joan. *Contribuições à Economia Moderna*. Zahar: Rio de Janeiro, 1979.

SALAZAR, Leonardo. *Música LTDA*. Sebrae: Recife, 2010.

SHUKER, Roy. *Vocabulário de música pop tradução*: Carlos Szlak. São Paulo: Hebra, 1999.

SOUZA, Tiago Alves Nogueira. O Consumo de Músicas via Youtube. Jun 14, 2012. Disponível em: <<http://pt.slideshare.net/tiagont/o-consumo-de-msicas-via-youtube>>. Acesso em: 02/01/2013.

STURM, Heloisa Aruth. Império Contra-Ataca. RIO – O Estado de S.Paulo. 2013. <http://www.estadao.com.br/noticias/impreso,o-imperio-contra-ataca-,1002125,0.htm>

SWANSON, Bret. How much would an iPhone have cost in 1991?. 3 de fevereiro de 2014. <<http://www.techpolicydaily.com/communications/much-iphone-cost-1991/>>. Acessado em: 07/02/ 2014.

WACHOWICZ, Marcos; RIBEIRO, Márcia C.P; COSTA, José Augusto Fontoura; PRONER, Carol. Estudos de Direito de Autor e Interesse Público. *Anais do VI Congresso de Direito de Autor e Interesse Público*, Gedai, UFPR, 2012.

WHILE Artists are Bitching About Spotify Royalties... Google, YouTube and Grooveshark are in the Getaway Car.... 16/01/2014. <<http://thetrichordist.com/2014/01/16/while-artists-are-bitching-about-spotify-royalties-google-youtube-and-grooveshark-are-in-the-getaway-car/>>. Acesso em: 20/01/2014.

WISNK, José Miguel. Barulho. O Globo – RJ, Segundo Caderno, em 05/02/2011.