

# “Não é propriamente um crime”: considerações sobre pirataria e consumo de música digital

Gisela Castro<sup>1</sup>

## RESUMO

Esse trabalho pretende discutir a delicada questão dos direitos autorais na esteira das transformações nas práticas de circulação e consumo de música. Levantamento feito com universitários paulistanos confirma hipótese inicial de que, apesar das campanhas movidas pela indústria fonográfica que visam criminalizar o *download* gratuito, esta continua sendo prática corriqueira entre esses jovens e que considerações sobre possível violação de direitos autorais são postas em segundo plano. Dos indagados sobre o assunto, a maioria considerou que o *download* gratuito “não é propriamente um crime”, tendo se tornado “uma prática normal na cultura atual”.

**Palavras-chave:** Música digital; internet; consumo; pirataria; direitos autorais.

## ABSTRACT

*This paper aims to discuss the delicate question of copyrights within the current transformations in the practices of music circulation and consumption. A survey focused on university students in São Paulo confirms our initial hypothesis that, despite anti-piracy campaigns promoted by the phonographic industry, which considers free music download a violation of copyrights, this practice is commonplace among these youths. Considerations about possible copyrights infringement tend to be disregarded.*

1 Doutora em Comunicação e Cultura pela Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro (ECO-UFRJ) e docente do mestrado em Comunicação e Práticas de Consumo da Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM), São Paulo.

*When questioned about this subject, most respondents argued that free music download is “not exactly a crime”, having become “a normal practice in today’s culture”.*

**Keywords:** *Digital music; internet; consumption; piracy; copyrights.*

**A forte presença da música** no cotidiano das populações dos grandes centros urbanos pode ser avaliada pela onipresença dos fones de ouvido, utilizados por jovens de diferentes idades nas mais diversas situações e locais. Desde o grande sucesso do Walkman lançado pela Sony nos anos 1980, a prática de encapsular-se em um ambiente acústico individual e personalizado tornou-se disseminada.

Considerando o consumo musical como um comportamento emblemático na cultura atual, é importante lembrar que quase toda a música é distribuída hoje em formato digital. A tecnologia dos *compact discs*, que se tornou dominante nos anos 1980 e 1990, quase tornando extintos o disco de vinil e as fitas cassete, coexiste hoje com arquivos de áudio transmitidos diretamente pela internet. Esses arquivos digitalizados são estocados e reproduzidos nos computadores pessoais ou nos diversos tipos de tocadores portáteis de música que já se tornaram extremamente populares no mercado mundial, além de serem executados nas novas gerações de telefones celulares. Entretanto, nem todos esses arquivos de música são feitos com o consentimento dos detentores de direitos autorais, tornando a batalha em torno da propriedade intelectual na internet uma das mais renhidas hoje.

Este trabalho pretende discutir a delicada questão dos direitos autorais na esteira das transformações nas práticas de circulação e consumo de música. Levantamento feito com universitários paulistanos confirma hipótese inicial de que, apesar das campanhas movidas pela indústria fonográfica que visam criminalizar o *download* gratuito, esta continua sendo prática corriqueira entre esses jovens e que considerações sobre possível violação de direitos autorais são postas em segundo plano. Dos indagados sobre o assunto, a maioria considerou que o *download* gratuito “não é propriamente um crime”, tendo se tornado “uma prática normal na cultura atual”. Absorvido pela cultura digital, o *download* continua sendo combatido pela indústria fonográfica, que considera pirataria o compartilhamento gratuito de arquivos de música na internet. Para evitar a pirataria indiscriminada, o catálogo digital das quatro principais *players* da indústria fonográfica<sup>2</sup>, as quais contro-

2 A saber, Sony-BMG, Universal, EMI e Warner Music.

lam juntas mais de 70% do mercado mundial, é protegido por tecnologia conhecida como DRM (*digital rights management*).

Já há algum tempo o representante da Apple, Steve Jobs, havia se pronunciado contra a proteção DRM, instando a indústria fonográfica a rever sua posição a respeito da necessidade de proteger a música vendida por *download* na internet. Essa proteção tem como consequência impedir que determinados arquivos comprados legalmente possam ser copiados pelo usuário, o qual pode desejar ter um *back-up* ou apenas fazer uma nova cópia do arquivo comprado para levar no carro, por exemplo.

Sendo a loja iTunes, da Apple, responsável por mais de 80% do total de *downloads* comerciais de música na internet, o peso desta declaração pode ser considerável. Ao acompanhar os mais recentes acontecimentos no campo da distribuição e do consumo de música na internet, vemos que no começo do mês de abril deste ano a Apple e a EMI fecharam um acordo para distribuição de arquivos de música livres de tecnologia DRM. Esses arquivos sem proteção começarão a ser vendidos no iTunes a um preço superior ao dos arquivos protegidos<sup>3</sup>.

Ainda é cedo para avaliar como o mercado irá reagir a essa novidade, mas se levarmos em conta os jovens respondentes de nosso levantamento, o *download* pago, embora já represente uma parcela significativa do faturamento da indústria fonográfica, é hoje fartamente suplantado pelo compartilhamento gratuito dentre as práticas de consumo de música pela internet.

Analisando as respostas obtidas por meio de questionário aplicado em turmas de universitários na cidade de São Paulo, pretendemos traçar um perfil do que pensam estes usuários sobre a problemática questão dos direitos autorais na era da internet, contribuindo para essa espinhosa discussão.

3 O preço será de US\$ 1,29 contra os já tradicionais US\$ 0,99 cobrados pelos *downloads* de arquivos protegidos.

## Sobre a metodologia empregada

Em ampliação à pesquisa “Nas tramas da rede: estratégias no consumo de música digital”, desenvolvida pela autora como parte de suas atividades como docente do mestrado em Comunicação e Práticas de Consumo da ESPM, São Paulo, verificou-se a necessidade de uma atenção mais focada na percepção do usuário da internet acerca da questão dos direitos autorais. Assim, essa percepção poderia ser analisada em contraponto ao discurso promovido pela indústria fonográfica, mais notadamente pelas incisivas campanhas antipirataria.

Com o objetivo de mapear o território e recolher opiniões dos próprios usuários acerca das novas práticas de consumo musical mediadas pela internet, dezenas de usuários de serviços de compartilhamento gratuito de arquivos (*file sharing*) de música foram ouvidas em entrevistas semi-estruturadas realizadas pela autora durante o primeiro semestre letivo de 2006. Essas entrevistas ensejaram uma cartografia inicial que tornou possível estruturar um questionário que atendesse aos objetivos da pesquisa. Este questionário foi aplicado durante o segundo semestre letivo do mesmo ano em turmas dos dois primeiros anos dos cursos de graduação de uma instituição privada de ensino superior na cidade de São Paulo.

A elaboração do questionário levou em conta as respostas mais recorrentes obtidas nas entrevistas. Espera-se que isso tenha possibilitado maior identificação do respondente com as afirmações contidas nas alternativas oferecidas pelo instrumento de pesquisa. O questionário, elaborado com perguntas fechadas e de múltipla escolha, permitia ainda que o respondente registrasse sua própria opinião, caso desejasse. O que se buscou fazer nessa fase foi um levantamento de cunho qualitativo, mais do que quantitativo, o qual permitisse examinar a questão dos direitos autorais no consumo de música digital pelo ponto de vista dos jovens internautas.

As respostas foram criteriosamente tabuladas, e os resultados, apresentados em forma de gráficos, nos permitem tecer algumas considerações iniciais sobre o tema.

## **Sobre o *download* de música na internet**

Considerando o perfil do aluno da instituição de ensino onde foi aplicado o questionário, a população aqui representada consiste majoritariamente em indivíduos oriundos de uma classe econômica favorecida, com acesso a computador doméstico e conexão de banda larga e idade entre 15 e 20 anos.

Do total de 145 respondentes, apenas 9,6% declararam não utilizar a internet para fazer *download* de música. Os demais disseram fazer este tipo de *download* diariamente (24,8%), semanalmente (35,1%), quinzenalmente (13,1%), mensalmente (6,9%) ou com outra frequência (10,3%). Esses dados confirmam nossa percepção de que o *download* de música na internet é hoje uma prática consolidada.

Embora haja diversas opções de venda comercial de música por *download*, é interessante destacar que nenhum de nossos respondentes declarou utilizar a internet para *download* pago. Logo, quando for citado o *download* de música na internet neste estudo, estará se referindo ao *download* gratuito feito por aplicativos de compartilhamento (*file sharing*), a maioria no modelo *peer to peer* (par a par), tributários da tecnologia iniciada pelo Napster no final dos anos 1990. Apesar de serem combatidos pela indústria fonográfica, que conseguiu tornar ilegais diversos desses aplicativos, as redes de compartilhamento gratuito continuam vigorosas.

Embora haja um consenso de que o compartilhamento é uma via de mão dupla, que essa prática pressupõe que quem baixa música na internet também deve disponibilizar sua coleção de música a ser copiada por outros internautas, apenas 28,3% declararam baixar e compartilhar suas coleções de música de forma equilibrada. Apesar de diversos aplicativos hoje permitirem ao usuário monitorar o comportamento daqueles que têm acesso aos seus arquivos, mais de 60% dos jovens que ouvimos declararam baixarem mais música do que disponibilizam para compartilhamento.

Dentre os que não utilizam a internet para fazer *download* de música, o medo de vírus foi apontado como o principal fator que os afasta desta prática, totalizando mais de 52% das respostas obtidas. Lembrando que

este é um argumento freqüentemente utilizado pela indústria fonográfica em suas campanhas antipirataria, podemos especular que de alguma forma esta mensagem tem sido percebida – embora nem sempre pelos jovens usuários e sim pelos pais, muitos dos quais proibem seus filhos de utilizar aplicativos de compartilhamento de música na internet com receio de contaminar por vírus o computador da casa. De todo modo, é notável a pregnância da questão pragmática – medo de vírus – sobre considerações de cunho moral – pirataria – dentre os motivos apontados pelos que não utilizam a internet para fazer *download* de música.

Contrariando a acentuada queda na venda de CDs que vem sendo alardeada pela indústria fonográfica, mais de 70% dos respondentes declararam comprar CDs de música. Entretanto, a freqüência errática de compra responde por mais da metade (53,8%) dessa forma de consumo. Segundo nossa pesquisa, além do *download* de arquivos digitais, a compra de CDs hoje convive com a prática disseminada de copiar CDs de terceiros (93%) para expandir a própria coleção de música.

### **Sobre iPods e outros tocadores de MP3**

Totalizaram 62% os respondentes que declararam possuir um tocador portátil de MP3, sendo que o iPod foi o mais apontado (57,6%) dentre os modelos e marcas disponíveis no mercado. Esse resultado corrobora nossa percepção de que a portabilidade é um fator importante no consumo de música hoje. Além do *download*, a prática de copiar os próprios CDs de música para transferir seu conteúdo para o tocador portátil apresentou um número expressivo de respostas (77,9%). Unindo design arrojado, tamanho diminuto e grande capacidade de memória, além de uma estratégia de marketing vigorosa e muito bem-sucedida, o player da Apple tornou-se um *must* de consumo em seus diversos modelos e cores.

Sabendo que uma música em formato digital MP3 tem cerca de 5 *megabytes*, e considerando a sempre crescente capacidade de armazenamento dos tocadores portáteis, grandes coleções de música são hoje calculadas em *gigabytes*. Apostando na consolidação dessa nova forma de consumo musical, as companhias investem no lançamento de dispo-

sitivos equipados com tela para “ver e ouvir” música – neste caso, vídeos musicais. Destaca-se ainda a função *shuffle*, presente em diversos modelos de *players*, que permite a seleção aleatória da sequência de faixas musicais a serem executadas.

### **Sobre pirataria na internet**

Levando em conta que a internet pode ser apropriada como um canal alternativo de distribuição de música, diversos artistas e bandas disponibilizam sua produção para *download* gratuito, seja em seus próprios sites ou *blogs*, seja por meio de plataformas, como a brasileira Trama Virtual. Embora esteja longe de constituir-se em uma meca para a distribuição alternativa – encontrar o público certo para músicos desconhecidos ainda pode ser difícil –, já há diversos casos de artistas e bandas que se lançaram na internet, fora do esquema das grandes gravadoras, e que alcançaram fama mundial por vezes antes de gravarem seu primeiro CD.

A questão dos direitos autorais torna-se espinhosa especialmente ao tentarmos levar em consideração as visões dos diferentes atores da cadeia produtiva da música. Embora uma exploração mais aprofundada desta questão fuja ao escopo do presente artigo, é preciso lembrar que não há consenso sobre em que consiste a pirataria digital. É justamente esse o sentido da presente investigação. Nosso propósito aqui é colher elementos que nos auxiliem a pensar essa questão à luz das diversas estratégias hoje utilizadas no consumo de música digital.

Perguntados mais diretamente sobre como percebem o *download* gratuito de música na internet, apenas 9,6% disseram considerar essa prática um crime de pirataria digital. Provavelmente, como o compartilhamento não envolve dinheiro, a prática não seja imediatamente percebida como ilícita.

Mais de 50% disseram considerar o *download* “um comportamento normal na cultura atual”, sendo uma “saída devido ao alto preço dos CDs”. Dentre os demais fatores apontados para corroborar essa prática, destacam-se: a praticidade; o fato de propiciar acesso ágil a uma grande diversidade de músicas; e ainda o acesso a músicas consideradas difíceis ou raras.



Quanto a disponibilizar música para compartilhamento gratuito na internet, apenas 14,5% consideram “um crime de pirataria digital”. Para 12,4% isso “não é propriamente um crime”. Alguns respondentes fizeram uma distinção entre disponibilizar música própria para compartilhamento e música de outras pessoas que não o próprio usuário. No primeiro caso, dizem estes, não se trata de pirataria, mas no segundo caso pode-se dizer que sim, mesmo não havendo lucro financeiro nesse tipo de compartilhamento. Embora pertinentes, respostas assim foram minoritárias em nosso levantamento, representando menos de 5%.

A maior parte dos respondentes (57,2%) considera disponibilizar música para compartilhamento gratuito “um comportamento normal na cultura atual”. Enquanto 8,2% julgam ser esta “uma ação generosa”, 38,6% classificam este comportamento como “uma saída para bandas/artistas pouco conhecidos”. Dentre as respostas minoritárias (menos de 5%), destacam-se as que percebem esse comportamento como solução ao que seria considerado como “lucro abusivo” das grandes gravadoras, uma forma de democratizar o acesso a todo tipo de música. Essa posição seria compatível com uma visão (talvez romântica) da rede como arena universal para a livre circulação de informação e cultura.

Quanto à prática de copiar CDs de terceiros, de modo a incrementar a própria coleção de música em formato digital, quase a metade de nossos respondentes (48,9%) aponta ser essa “uma saída devido aos altos preços dos CDs”. Considerado um “comportamento normal na cultura atual” (46,2%), copiar CDs “não é propriamente um crime” para 8,9% dos respondentes, enquanto para outros 8,9% isto seria “um crime de pirataria digital”. Ressaltando que a questão admitia respostas múltiplas, é interessante aqui a coincidência na proporção dos que consideram esta prática um crime e dos que não a consideram “propriamente um crime”.

### **Sobre a compra e venda de CDs piratas**

Apesar das inúmeras campanhas antipirataria deflagradas pela indústria fonográfica junto a governos do mundo todo, o comércio paralelo de

CDs piratas já pode ser considerado parte integrante dos grandes centros urbanos. Em uma megalópole como São Paulo, camelôs expõem seus produtos nas calçadas mais movimentadas, contando com a total conivência da população e de parte das forças de vigilância.

Perguntados sobre a compra de CDs piratas nas ruas da cidade, expressivos 38,6% de nossos jovens respondentes foram taxativos em considerar a prática “um crime de pirataria digital”. Para 13,8% deles isso “não é propriamente um crime”, o que indica certa dubiedade, enquanto para 17,2% isso seria “um comportamento normal na cultura atual”. Lembrando que a questão admite respostas múltiplas, 44,8% responderam ser essa “uma saída devido ao alto preço dos CDs”.

Já vender CDs piratas foi considerado um crime por 51% dos respondentes. Enquanto 36,5% afirmem ser esta uma prática que “responde a uma demanda de mercado”, apenas 8,2% a consideram “uma opção de trabalho válida”. Para 12,4% trata-se de “um comportamento normal na cultura atual”, enquanto para 9,6% isso “não é propriamente um crime”.

### **Sobre a confecção de CDs personalizados**

A popularização dos gravadores domésticos de CDs e dos aplicativos de compartilhamento de música pela internet contribuiu para a disseminação da prática de se confeccionar CDs personalizados contendo um mix de faixas selecionadas. Esta prática seria uma atualização das coletâneas domésticas feitas em décadas anteriores, que eram gravadas em fitas cassete, tanto para uso próprio como para presentear amigos. Como principal diferença, a qualidade impecável das reproduções digitais atuais.

Comercializar gravações caseiras na internet é considerado “um comportamento normal na cultura atual” por 33,6% de nossos respondentes. Para 25,9% deles isso “responde a uma demanda de mercado”, enquanto para 25,8% trata-se de “uma opção de trabalho válida”. Para 17,5% trata-se de “um crime de pirataria digital”, enquanto para 23,8% isso “não é propriamente um crime”.

A confecção de CDs personalizados para uso próprio foi considerada “um comportamento normal na cultura atual” por 46,5% dos entrevistados consultados. Para 40,7% trata-se de “um divertimento”, enquanto para 34,5% é “a saída devido ao alto preço dos CDs”. A praticidade de se ter em um mesmo CD apenas as músicas preferidas foi apontada como principal atrativo. Apenas para 2% isso seria “um crime de pirataria digital”, enquanto para 8,2% isso “não é propriamente um crime”.

Perguntados sobre confeccionar CDs personalizados para presentear amigos, mais da metade (50,5%) respondeu que esse é “um comportamento normal na cultura atual”. Lembrando que a questão admite respostas múltiplas, 35,2% consideram “um ato generoso”, enquanto 23,4% julgam ser essa “a saída devido ao alto preço dos CDs”. Para apenas 2,7% dos respondentes trata-se de “um crime de pirataria digital”, enquanto para 9,6% isso “não é propriamente um crime”.

Cobrar para confeccionar CDs para terceiros foi considerado um crime de pirataria digital por 22,9% dos jovens elencados, enquanto para 28,5% deles isso “não é propriamente um crime”. Lembrando que a questão admite respostas múltiplas, 20,8% consideram que isso “responde a uma demanda de mercado”, enquanto outros 20,8% julgam tratar-se de “uma opção de trabalho válida”. Considerando a grande facilidade hoje encontrada por quem deseja confeccionar CDs personalizados, apenas 18,7% julgam que cobrar para confeccionar para terceiros é “um comportamento normal na cultura atual”.

### **Sobre sampleamento, remixes e mash-ups**

As tecnologias digitais permitem elaborar com certa facilidade procedimentos antes restritos a profissionais altamente especializados. Em música temos a proliferação de técnicas como o sampleamento, em que amostras (*samples*) selecionadas de som são utilizadas como elementos com base nos quais pode ser estruturado o tratamento melódico-harmônico de uma composição. Sendo assim, na urdidura de uma determinada peça de música, podemos encontrar pedaços de sons extraídos de gravações de outras músicas.

No *remix* uma determinada música é apresentada em nova versão, seja acoplada a uma base instrumental inteiramente diferente da original, seja com o ritmo alterado, numa releitura original geralmente feita por DJs em função da “ferveção” característica das pistas de dança. Junto com o *sampleamento*, trata-se de recursos composicionais tornados emblemáticos na cena de música eletrônica.

*Mash-ups* indicam um gênero musical em que formas híbridas são criadas, combinando, por exemplo, o vocal de uma música com a base instrumental de outra. Também chamados de *bootlegs*, esses híbridos são veiculados pela internet, tornando-se um gênero já bastante popular na chamada cibercultura.

Procedimentos como esses tangenciam e por vezes transgridem os tênues limites entre o que é e o que não é protegido pelas leis vigentes de direito autorial. Questões levantadas por essas novas práticas composicionais vêm ensejando a criação de outras modalidades de licenças que levem em conta as especificidades da cibercultura<sup>4</sup>.

Perguntados sobre esses procedimentos, 36,1% de nossos respondentes declararam que “são parte normal da cultura digital atual”. Com a ressalva de que a questão admite respostas múltiplas, 27,1% julgam que “não devem ser considerados atos de pirataria”, enquanto 20,1% acreditam que “devem ser coibidos se violam os direitos autorais”. Para 22,9% esses procedimentos são “divertidos e populares hoje em dia”, e para 27,8% “podem ajudar a tornar populares artistas pouco conhecidos”.

### **Considerações finais**

A chamada “crise” da indústria fonográfica parece traduzir-se em uma intensa reconfiguração dos processos de distribuição, circulação e consumo de música num mercado crescentemente globalizado. Examinando esse cenário, observamos a emergência de novas práticas que tensionam as normas vigentes acerca dos modelos de negócios e da proteção de

<sup>4</sup> Como exemplo, as licenças propostas pelo coletivo Creative Commons (CC), liderado pelo jurista Lawrence Lessig. Ver Castro (2006 a e b).

direitos autorais. A celeridade e a magnitude das mudanças em curso, favorecidas por diversos tipos de apropriação social das novas tecnologias de informação e comunicação, geram a necessidade de se procurar fazer uma criteriosa cartografia do contemporâneo.

A análise crítica das estratégias em uso pressupõe um olhar abrangente e desvinculado de certezas e julgamentos *a priori*. Como dissemos, a questão da pirataria digital torna-se complexa por admitir ser enfocada sob diferentes pontos de vista. A multiplicidade de abordagens possíveis contribui para a coexistência de uma pluralidade de julgamentos e opiniões acerca do que seja lícito ou ilícito no contexto das diversas associações entre música e internet.

Construir uma metodologia que possibilite penetrar e mapear esse novo contexto, indagando o jovem internauta acerca de seu posicionamento ético diante das questões trazidas à tona por novos hábitos e costumes, sem, no entanto, guiar suas respostas com julgamentos preconcebidos, apresenta-se como um enorme desafio.

O próprio título desse artigo remete a um paradoxal tipo de classificação, que remete a uma lassidão dos valores morais vigentes. Uma predominância do pragmatismo foi evidenciada na avaliação subjetiva dos jovens internautas acerca do compartilhamento gratuito de música na internet. Fatores como a praticidade e a diversidade do acervo disponível na internet são postas em primeiro plano. Considerações acerca da possível ilegalidade dessa prática estão esmaecidas, possivelmente devido ao fato de não haver troca de dinheiro envolvida nesse processo. Ainda assim, a própria noção de “compartilhamento” parece distorcida. Chama a atenção que a maior parte de nossos respondentes admita disponibilizar menos arquivos para compartilhamento do que o volume de *downloads* que costuma fazer.

Já em relação ao comércio paralelo de CDs piratas nas esquinas das cidades, o mesmo viés pragmático parece imperar. O preço alto dos CDs de música tende a explicar a compra desses produtos, evidenciando que a percepção dessa atividade como ilícita não se encontra consolidada no imaginário juvenil. Uma eventual condenação parece

recair mais sobre quem vende do que sobre quem compra produtos piratas, o que evidencia certa falta de reflexão acerca da interconexão entre oferta e demanda.

A investigação preliminar aqui comentada deverá ser aprofundada em nova etapa da pesquisa, a ser desenvolvida ao longo do segundo semestre de 2007. Um estudo comparativo deverá analisar resultados colhidos em parceria em duas das maiores megalópoles do mundo – a Cidade do México e a cidade de São Paulo. Esperamos poder trazer novas e relevantes contribuições para essa importante discussão.

## Referências bibliográficas

- BELL, David & KENNEDY, Barbara (eds.). *The cybercultures reader*. Londres: Routledge, 2001.
- BOLTER, Jay David & GRUSIN, Richard. *Remediation: understanding new media*. Massachusetts/Londres: MIT Press, 2000.
- BORELLI, Silvia Helena Simões “Universalidades e singularidades juvenis: cotidiano, nomadismo, consumo cultural”, in revista *Eco-Pós*, vol. 6, nº 1, jan.-jul./2003.
- BRITTOS, Valério & OLIVEIRA, Ana Paula. “Processos midiáticos musicais, mercado e alternativas”, in revista *Comunicação, Mídia e Consumo*, vol. 2, nº 5, São Paulo, nov./2005.
- CASTELLS, Manuel. *A Galáxia da Internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.
- CASTRO, Gisela G. S. “Web Music: produção e consumo de música na cibercultura”, in revista *Comunicação, Mídia e Consumo*, vol. 1, nº 2, São Paulo, nov./2004.
- \_\_\_\_\_. “Web Music: música, escuta e comunicação”, in *Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, vol. XXVIII, nº 1, INTERCOM, jan.-jun./2005.
- \_\_\_\_\_. “Podcasting e consumo cultural”, in revista *e-Compós*, nº 4, Brasília, dez./2005.
- \_\_\_\_\_. “As tribos de ciberouvintes”, in revista *Logos*, nº 22, Rio de Janeiro, 2005.
- \_\_\_\_\_. “Para pensar o consumo da música digital”, in revista *FAMECOS*, Porto Alegre, nº 28, dez. 2005.
- \_\_\_\_\_. “Nas tramas da rede: estratégias no consumo de música digital”, in *Cadernos de Pesquisa ESPM*, nº 1, ano II, São Paulo, 2006a.
- \_\_\_\_\_. “Pirataria na música digital: internet, direito autoral e novas práticas de consumo”, in revista *Razon y Palabra*, nº 52, México, 2006b.
- CÉSAR, Ricardo. “O fim da música”. Disponível em: <<http://portalexame.abril.com.br>>. Acesso em: 15/3/2007.

- O ESTADO DE S. PAULO. “Apesar de processos, crescem downloads de música digital”. São Paulo, 8/2/2007. Matéria não assinada.
- HAMELINK, Cees J. *The Ethics of Cyberspace*. Londres: Sage, 2000.
- IFPI 07. *Digital Music Report 2007*. Disponível em: <<http://www.ifpi.org>>. Acesso em: mar./2007).
- HOWARD, Philip N. & JONES, Steve (eds.). *Society Online: the Internet in Context*. Londres: Sage, 2004.
- LEMOS, André. *Cibercultura: tecnologia e vida social na cultura contemporânea*. Porto Alegre: Sulina, 2002.
- \_\_\_\_\_ & PALÁCIOS, Marcos. *Janelas do ciberespaço: comunicação e cibercultura*. Porto Alegre: Sulina, 2001.
- \_\_\_\_\_ & CUNHA, Paulo (orgs.). *Olhares sobre a cibercultura*. Porto Alegre: Sulina, 2003.
- LÉVY, Pierre. *Cibercultura*. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1999.
- LUDLOW, Peter (ed.). *High Noon on the Electronic Frontier: Conceptual Issues in Cyberspace*. Cambridge: MIT Press, 1996.
- MERRIDEN, Trevor. *Irresistible Forces: the Business Legacy of Napster and the Growth of Underground Internet*. Oxford: Capstone, 2001.
- SIKLOS, Richard. “All Shook up, Right down to the Musical Core”. *The New York Times*, 8/7/2007.
- SPAR, Debora L. *Ruling the Waves: from the Compass to the Internet, a History of Business and Politics along the Technological Frontier*. New York: Harcourt, 2001.