

Desintermediação, especulação ou financeirização? Usos e discursos sobre NFT no mercado da música¹

Disintermediation, speculation or financialization? Uses and discourses about NFT in the music market

Marcelo Garson²

Mário Messagi Jr.³

Leonardo De Marchi⁴

Resumo: *Este artigo analisa a ideologia, os usos e as implicações do NFT (non-fungible token) para a economia da música. O NFT resgata a ideologia da desintermediação das relações econômicas ao prometer retornos financeiros mais altos ao artista, decorrentes de sua conexão direta com o consumidor. A tecnologia, no entanto, reorienta a carreira dos artistas, bem como sua relação com os fãs. Informado pela filosofia anarcocapitalista, o uso do NFT tem condicionado artistas a verem suas obras como ativos valorizáveis, cabendo aos fãs o papel de investidores. A partir da análise bibliográfica, investigamos: (1) a ideologia da desintermediação na economia da música, (2) a inspiração anarcocapitalista no desenvolvimento de tecnologias financeiras, como o NFT, (3) o uso do NFT no mercado de música e (4) o papel dos fãs em uma economia da música financeirizada. Como conclusão, apontamos como o uso de tecnologias como o NFT faz parte de outro momento da indústria da música que pode ser rotulado como pós-streaming.*

1 Uma versão deste artigo foi apresentada pelos autores no 31º Encontro Anual da Compós, em junho de 2022.

2 Universidade Federal do Paraná (UFPR). Curitiba, PR, Brasil.
<https://orcid.org/0000-0001-8767-1875> E-mail: marcelogarson@ufpr.br

3 Universidade Federal do Paraná (UFPR). Curitiba, PR, Brasil.
<https://orcid.org/0000-0002-2140-9919> E-mail: messagi@ufpr.br

4 Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Rio de Janeiro, RJ, Brasil.
<https://orcid.org/0000-0001-5654-8938> E-mail: leonardo.demarchi@eco.ufrj.br

Palavras-chave: *NFT; indústria da música; ideologia da desintermediação; anarcocapitalismo; cultura de fãs.*

Abstract: *The article analyzes the ideology, uses and implications of the NFT (Non-Fungible Token) for the music economy. The NFT rescues the ideology of the disintermediation of economic relations by promising higher financial returns to the artist, resulting from the direct connection with the consumer. Technology, however, reorients artists' careers as well as their relationship with fans. Informed by anarcho-capitalist philosophy, the use of the NFT demands artists to treat their works as assets with volatile value, as for the fans, the use of this new financial technology demands them to play the role of investors. From the bibliographic analysis, we analyzed: (1) the role of the ideology of disintermediation in the music economy, (2) the anarcho-capitalist inspiration in the development of new financial technologies, such as the NFT, (3) the use of NFT in the music market and (4) the role of fans in a financialized music economy. As a conclusion, we point out how the use of technologies such as NFT is part of another moment in the music industry that can be labeled as post-streaming.*

Keywords: *NFT; music industry; ideology of disintermediation; anarcho-capitalism; fandom.*

Introdução

Em 2021, o *non-fungible token* (NFT) criou controvérsias no mercado de arte, ao transformar obras digitais em bens únicos, avaliados em milhares de dólares. É o caso de *Everydays: the first 5000 days*, uma colagem digital do artista Beeple que atingiu o terceiro maior valor pago pela obra de um artista vivo: 69 milhões de dólares.

A obra apresenta-se como um *non-fungible token* ou NFT (marcador não fungível, numa tradução livre). *Fungível* é algo “passível de ser substituído por outra coisa de mesma espécie, qualidade, quantidade e valor” (HOUAISS, *online*). Os NFTs são *não fungíveis* por serem produtos digitais que não podem ser intercambiáveis, pois seu código não pode ser copiado. Esse predicado de singularidade da informação digital é garantida por um certificado público de autenticidade registrado na blockchain⁵, tecnologia que gera um marcador ou *token*. Ainda que qualquer pessoa possa baixar uma obra digital e utilizá-la, somente o detentor do NFT, de posse do certificado, pode reclamar a *autenticidade* de seu exemplar. Os NFTs, portanto, são marcadores criptografados que, uma vez gravados, não podem ser alterados, o que os torna únicos, escassos e, logo, precificáveis.

Há também experiências no mercado da música com NFTs. Em março de 2021, ao lançar o álbum *When You See Yourself* (independente), a banda estadunidense Kings of Leon publicou três modalidades de NFTs. Durante as duas primeiras semanas de lançamento do disco, os fãs da banda poderiam comprar NFTs que incluíam: (1) uma versão limitada em vinil, (2) bilhetes vitalícios para todos os shows futuros da banda, com direito a posição na primeira fila, e (3) artes audiovisuais exclusivas (HISSONG, 2021). A venda dos artigos digitais rendeu 2 milhões de dólares aos artistas.

É inevitável ler o fenômeno NFT à luz da clássica discussão sobre a reprodutibilidade técnica de Walter Benjamin (1994). O conhecido

5 A blockchain (cadeia de blocos de informação, em uma tradução livre) é uma tecnologia que registra ações realizadas em uma rede de computadores que se conectam por meio de criptografia. Ela funciona como um livro-caixa público, em que são registradas as transações com determinado meio de troca.

argumento do autor é o de que, ao contrário da obra de arte tradicional, as artes da era industrial são desde o início artes de estúdio, feitas para serem reproduzidas. Tudo começa pela reprodução das obras. Tal predicado acarreta o fim da relação hierárquica entre o *original* (portador da aura) e a *cópia* (forma inautêntica de um original). Desvinculada do suporte físico, a obra digital aprofundaria esse processo. A possibilidade de reprodução sem perda de qualidade, de forma imediata, ilimitada e a custo marginal zero, foi entendida como a impossibilidade de se estabelecer qualquer relação de *propriedade* das obras de arte digitais; apenas o acesso ao seu conteúdo em fluxo seria passível de gerar algum retorno financeiro (ANDERSON, 2009; RIFIKIN, 2001).

Utilizada para criar NFTs, a tecnologia blockchain marca, porém, um ponto de inflexão nessa trajetória. Ao assegurar de maneira inviolável o registro de uma obra, a blockchain produz uma *escassez* do registro digital: uma vez criptografado, não pode mais ser reproduzido. Esse é um movimento de profundas consequências econômicas e culturais. Em primeiro lugar, sua raridade técnica permite a seus titulares ostentá-lo como sua *propriedade* e até revendê-lo em mercados secundários por preços que se tornam objeto de especulação financeira. Em segundo, significa a possibilidade de reinstituição da *autenticidade* da obra de arte em plena era digital. A blockchain rompe, portanto, com as promessas da reprodutibilidade técnica, sendo, nesse sentido, uma *inovação retrógrada* que tenta e promete reviver, em poucas palavras, a aura da obra de arte na era digital.

O NFT tem sido promovido no mercado de música como uma fonte de renda mais rentável para os artistas, uma vez que eles negociam com os fãs diretamente (na verdade, através de plataformas de leilão de arte digital), prescindindo de intermediários como as gravadoras e as plataformas de *streaming*. Por meio da especulação típica de leilões, uma obra pode gerar cifras muito superiores às arrecadadas através de *royalties* por direitos autorais. É nesse sentido que o NFT reanima a *ideologia da desintermediação econômica*, tão cara ao espírito libertarianista

do Vale do Silício, ao prometer resolver o problema dos baixos retornos gerados pelo *streaming* através da conexão direta entre artista e fã.

Se observado desse ângulo, evidencia-se que o NFT é muito mais do que uma mera tecnologia financeira de ponta: trata-se de uma tecnologia que objetiva, em última instância, reformular o próprio mercado de artes na era digital. Indo além da pergunta se tal produto digital pode mesmo gerar sustentabilidade econômica aos artistas, deve-se perguntar: o NFT cumpre sua promessa de desintermediação? Em caso positivo, quais são suas implicações para a condução da carreira dos músicos? Como fica a relação entre artista e fã quando ela se financeiriza através do NFT?

Este artigo propõe abordar o NFT de duas perspectivas complementares. Por um lado, realiza-se uma análise da ideologia do NFT, ou seja, dos valores que tornam racional o desenvolvimento de tal tecnologia. Baseada na mesma tecnologia que lastreia as criptomoedas, o NFT evidencia a operação da lógica anarcocapitalista na música, que busca realizar a financeirização do artista, que tem que se colocar no mercado como um empresário de si mesmo e ver suas obras como ativos financeiros livremente negociáveis e destituídos de controles centralizados. Por outro, quer-se entender a relação que passa a se desenvolver entre artistas e fãs quando seu contato se torna mediado por tecnologias financeiras. Quando a obra e a carreira de um/a artista se abre ao investimento direto dos indivíduos, os fãs se tornam *investidores* da obra e/ou da carreira do/a artista, o que, em alguns casos, incluiu a negociação de direitos autorais vendidos como NFT. Os fãs acabam assumindo, assim, o papel de *evangelizadores* do/a artista em quem investem, pois isso também pode lhes trazer lucros.

O texto se divide em quatro partes. Na primeira, apresentamos uma análise da destruição criadora da economia fonográfica, sublinhando a importância do discurso sobre desintermediação da economia no desenvolvimento da do mercado de música digital. Em seguida, realizamos uma análise da ideologia anarcocapitalista que anima os desenvolvedores do NFT. Na terceira parte, investigamos a lógica do NFT e como essa

nova tecnologia financeira opera. Por fim, discutimos o papel do fã em uma economia da música financeirizada. Como conclusão, apontamos como o uso de tecnologias como o NFT faz parte de outro momento da indústria da música que pode ser rotulado como *pós-streaming*.

A digitalização do mercado fonográfico e a ideologia da desintermediação da economia

Para compreender o acolhimento que o NFT obteve no meio das artes, é necessário reconhecer que sua legitimidade se constitui a partir da promessa da desintermediação das relações econômicas entre artistas e público, que tem uma longa trajetória. No caso da indústria da música, trata-se de uma pauta política dos artistas contra mediadores diversos do mercado.

O mercado de música se formou, ao longo dos séculos XIX e XX, como uma economia industrial. Com a possibilidade de produzir mídia contendo música em larga escala, primeiro através de partituras e, em seguida, de fonogramas, os proprietários dos meios de produção material da música (editoras e, depois, gravadoras) financiavam criadores de conteúdo e intérpretes para que registrassem suas obras nessas mídias. O investimento inicial de editoras e gravadoras seria recompensado pela aquisição dos direitos patrimoniais das obras dos compositores das músicas ou dos direitos conexos das gravações fonográficas e pela retenção de taxas pela venda das partituras e/ou discos. À medida que a indústria da música se consolidava, crescia a insatisfação entre compositores e intérpretes das músicas, que passaram a buscar meios para receber um retorno maior por seu trabalho. Entre os pontos em disputa nessa relação entre capital e trabalho, estava a busca pela desintermediação das relações econômicas no mercado, isto é, a possibilidade de os próprios artistas acessarem diretamente os indivíduos interessados em sua arte.

A partir dos anos 1980, as grandes gravadoras passaram a adotar a agenda pós-industrial de administração de empresas. Isso significou, entre outros movimentos, terceirizar (*outsourcing*) uma série de funções,

notadamente a gravação sonora. Assim, estreitaram-se os laços com as gravadoras independentes, constituindo uma nova divisão do trabalho: as gravadoras independentes se ocupariam das carreiras de diversos artistas, enquanto as grandes gravadoras se ocupariam de grandes estrelas (vendedores de discos) e, sobretudo, da distribuição dos discos físicos (DIAS, 2000; VICENTE, 2014). A partir dos anos 1990, esse movimento se aprofunda, na medida em que os próprios artistas obtêm acesso aos meios de gravação sonora e assumem a responsabilidade por realizar as primeiras etapas da produção fonográfica, graças ao avanço das tecnologias digitais de gravação sonora, como *softwares* de gravação e processamento de som que operavam em computadores pessoais e instrumentos digitais (*samplers*, sintetizadores, tecnologia MIDI, entre outros).

A terceirização da produção fonográfica não ameaçava, contudo, a estrutura de mercado, uma vez que os discos digitais ainda eram físicos (CD e DVD). Mantida deliberadamente anacrônica, a distribuição dos discos para pontos de revenda permitia a manutenção de relações assimétricas de poder dentro da indústria: pese a quantidade sempre crescente de produção fonográfica, que, a partir de então, encontrava-se atomizada, somente as grandes distribuidoras (que pertenciam às grandes gravadoras) poderiam distribuir os discos em larga escala.

Quando um conjunto heterogêneo de tecnologias se conjugou – o arquivo de áudio MP3, os reprodutores de arquivos digitais em computador, como o Winamp, e os programas de compartilhamento de arquivos entre pares (*peer to peer* ou P2P) – abriu-se um canal imediato de escoamento para toda a produção retida, gerando uma força disjuntiva incontrolável pela indústria fonográfica (DE MARCHI, 2016; HERSCHMANN, 2010; WITT, 2015).

É decisivo notar que esse foi um acontecimento que se deu ao largo das decisões dos tradicionais atores da indústria fonográfica, sendo conduzido por pequenas empresas da indústria de informática ou *startups*. Como discutiremos a seguir, a indústria da microinformática é informada por uma série de valores éticos fornecidos pela filosofia

neoliberal radicalizada, o que constitui certa *ideologia do Vale do Silício* (SCHRADIE, 2017). No que interessa ao artigo, sublinha-se que os desenvolvedores de tais tecnologias carregam consigo a bandeira da desintermediação das relações econômicas via tecnologias digitais em rede não como uma mera solução para problemas técnicos da economia real, mas, na verdade, como a realização de uma sociedade capitalista ideal. É o que Bill Gates (1995) rotulou de *capitalismo sem força de atrito* (*frictionless capitalism*), no qual:

A [internet] ampliará o mercado eletrônico e fará dele o intermediário universal e definitivo. Com frequência, as únicas pessoas envolvidas numa transação serão o comprador e o vendedor. [...] Informações sobre vendedores e seus produtos e serviços estarão disponíveis para qualquer computador conectado à estrada. Servidores distribuídos pelo mundo aceitarão ofertas, as transformarão em transações, controlarão autenticação e garantia e se encarregarão de todos os outros aspectos do mercado, inclusive a transferência de fundos. Isso nos conduzirá a um novo mundo, de um capitalismo com pouca força de atrito e baixo custo administrativo, no qual a informação de mercado será abundante e os custos de transação, baixos. (GATES, 1995, p. 202)

Com a consolidação dos serviços de *streaming* como principal atividade comercial da indústria fonográfica, porém, toda uma nova camada de intermediários se estabeleceu no mercado de música digital. Essa nova estrutura de mercado tem gerado controvérsias e insatisfação entre os artistas, uma vez que eles consideram que os valores que recebem dos serviços de *streaming* pela distribuição de suas obras está muito aquém do que necessitam para viabilizar suas carreiras (DE MARCHI, 2018).

É nessa conjuntura que um novo setor do mercado financeiro, a *fintech 3.0*⁶, apresenta uma nova promessa de realização de um capitalismo sem força de atrito. Através de tecnologias financeiras, como meios de pagamento digital (PicPay, PayPal, Google Pay, entre outros), plataformas de financiamento coletivo (*crowdfunding*), bancos digitais para artistas

6 O que se tem rotulado de *fintech 3.0* engloba diversas plataformas digitais que oferecem serviços financeiros através da internet, desde empréstimos até criptomoedas (Cf. DE MARCHI, 2021).

(Noodle, entre outros) ou até mesmo criptomoedas (Bitcoin, Ethereum, entre outras), ofereceu-se instrumentos que permitiriam prescindir dos intermediários do mercado de música, o que garantiria a viabilidade econômica aos artistas:

As plataformas podem proporcionar ao produtor musical independente [...] acesso a recursos essenciais e componentes chave de seu negócio: financiamento, colaboração, gestão, marketing, distribuição e comunicação direta com os fãs. Ao englobar essas funções e outras *affordances* que normalmente integram as cadeias de valor dos agentes tradicionais da indústria (gravadoras, distribuidores, promotores de discos, estações de rádio, etc.), essas novas plataformas podem constituir uma alternativa viável à condução autônoma e independente do artista em relação às suas atividades criativas e de gestão empresarial, bem como uma relação mais direta e bem-sucedida entre ele e o consumidor de sua música. (BERNARDO, 2015, p. 341-2, tradução nossa)

O NFT aparece como a vanguarda desse movimento. Ao contrário das outras tecnologias financeiras disponíveis, trata-se da possibilidade de produzir uma obra digital única, a qual pode se tornar *propriedade* de indivíduos. Essa característica permitiria reformular toda a concepção de carreira na era digital, uma vez que rompe com a lógica da economia do acesso, restaurando valor às obras individualmente. É por isso que o uso do NFT é entendido como *revolucionário* no mercado de artes.

Ideologia como tecnologia: anarcocapitalismo e a fintech 3.0

Essa percepção do NFT como *revolucionário* não é acaso. A concepção e o *modus operandi* do NFT, assim como de toda a nova geração de tecnologias financeiras que caracterizam a fintech 3.0, são tributárias de um conjunto de ideais específicos, a saber, as derivações mais radicais do neoliberalismo.

Autores como Richard Barbrook e Andy Cameron (1996) ou Fred Turner (1999) explicaram detalhadamente como a formação do complexo industrial de tecnologias digitais, conhecido como Vale do Silício,

nos Estados Unidos, foi permeada por um conjunto heterogêneo de ideias morais e filosofias políticas. Por circunstâncias históricas singulares, o Vale do Silício se encontra, ideologicamente, na convergência (1) da contracultura *hippie*, (2) da pesquisa científica avançada dos *campi* universitários e (3) do complexo militar envolvido na construção de tecnologias para a guerra fria. Por mais contraintuitivo que possa parecer, valores tão distintos, como comunitarismo, misticismo, cultura lisérgica, boemia, antiestatismo, anticomunismo e neoliberalismo, puderam se conjugar, formando híbridos dificilmente localizáveis à esquerda ou à direita do espectro político tradicional. Disso, resulta a ideologia do Vale do Silício (SCHRADIE, 2017), que pode ser caracterizada como: (1) liberal nos costumes (crítica à burocratização da vida cotidiana, uso recreativo de drogas, simpatia a certo retorno à vida comunitária), (2) ultraliberal na economia (defesa do individualismo possessivo, empreendedorismo e meritocracia) e (3) conservadora na política (forte rechaço ao princípio de justiça social e às políticas sociais).

Entre as franjas mais radicais do neoliberalismo que informam os atores do Vale do Silício, destaca-se o anarcocapitalismo (MORRIS, 2008). Trata-se de uma filosofia política de acordo com a qual o indivíduo possui direitos naturais, baseando sua liberdade no controle sobre a natureza (individualismo possessivo). A sociedade emerge a partir da reunião de indivíduos autointeressados. O Estado emerge da necessidade de segurança dos grupos, mas se coloca como uma entidade artificial que ameaça os direitos naturais dos indivíduos. Em decorrência dessa concepção, os anarcocapitalistas se engajam em uma luta política contra o Estado (o que justificaria sua apropriação do conceito de *anarquismo*), em favor de uma vida social baseada nas relações econômicas entre indivíduos e suas comunidades.

A junção entre anarcocapitalismo e cultura digital se concretiza em certos movimentos políticos como o *cypherpunk*. Trata-se de um grupo de ativistas digitais que utiliza a criptografia (*cypher*) como instrumento de luta política contra o poder estatal (ASSANGE et al., 2013). Esse

movimento tem um papel decisivo no desenvolvimento de tecnologias financeiras que acabaram por criar a fintech 3.0.

O produto mais conhecido de seus esforços são as criptomoedas, notadamente a Bitcoin. As criptomoedas foram desenvolvidas para serem uma tecnologia para operações financeiras que funciona em um sistema P2P, totalmente descentralizado. Com efeito, é a própria comunidade de usuários que garante a confiabilidade nas transações com a criptomoeda e, logo, a confiança nesse sistema financeiro alternativo. Com isso, segue o argumento de seus desenvolvedores, a criptomoeda consegue prescindir de qualquer instituição política para a atividade das relações econômicas (como um banco central ou um ministério da economia). O que lhe permite realizar tal façanha é a *blockchain*, que não apenas registra através de criptografia as transações com a criptomoeda como também retira de circulação as moedas utilizadas (impedindo o problema do gasto duplo). Dessa forma, é a tecnologia que controla a liquidez do mercado automaticamente, sem a necessidade da intervenção de qualquer *política*.

Note-se, portanto, que essa tecnologia opera como uma autoridade reguladora da esfera da política (como se fosse um ministério da economia e um banco central a um só tempo), ao estipular uma política econômica (deflacionária) e controlar a liquidez do mercado. É nesse ponto que a desintermediação revela o caráter ideológico da blockchain: independentemente da sua efetividade, a blockchain é uma tecnologia desenvolvida cujo objetivo é substituir toda instituição política por um sistema autorregulado pela comunidade de usuários da criptomoeda. É fundamental ter em conta, portanto, que:

Não se trata de produzir apenas ou centralmente novos aparelhos ou dispositivos de governança [...] mas de transformar radicalmente a realidade social em nome de um ideal normativo de liberdade (negativa, individual), numa postura que se pensa e se pretende realizar como *anti-establishment*, como “revolucionária”. (PARANÁ, 2020, p. 82)

Produto derivado da blockchain, também o NTF promete seguir a via dita *revolucionária*. Trata-se de um produto digital que conteria

em si todas as qualidades técnicas para dar total autonomia ao artista, o que significaria “derrubar intermediários, oxigenar mercados culturais e criar um mundo da arte mais justo, liberto do tráfico de influência curatorial” (MENOTTI, 2021). Mais do que a promessa de um retorno financeiro alto e imediato, o NFT anuncia um mundo novo (anarcocapitalista) para o mercado de artes.

O admirável mundo novo do NFT

O NFT é uma aplicação derivada da blockchain Ethereum, que permite a criação de uma chave eletrônica criptográfica usada de forma única. Cria-se um certificado digital que só pode ser manuseado individualmente, o que gera uma forma de direito negativo digital, ou seja, uma forma de propriedade digital. Isso abre a possibilidade para que se possa especular com seu valor no mercado de artes.

Durante o ano de 2021, a crítica musical celebrou o NFT, tomando-o como um divisor de águas na indústria fonográfica (CAPALBO, 2021; COLINS, 2021; ELLIOT, 2021; HISSONG, 2021; NEWTON, 2021; WANG, 2021; WESTENBERG, 2021). Tais vantagens podem ser sintetizadas como:

- a. *Desintermediação*: possibilidade de negociação direta entre artistas e compradores, prescindindo de editoras, gravadoras ou serviços de *streaming*.
- b. *Descentralização*: a compra e venda de NFTs independem da plataforma que as negocia; é regida pela descentralização cara à blockchain.
- c. *Transparência*: as transações e autenticidade são validadas pela blockchain.
- d. *Segurança*: a blockchain é inviolável, já que baseada em um sistema múltiplo de validação em rede.
- e. *Ganho progressivo de royalties*: o artista pode estipular uma porcentagem de ganho a cada venda do produto, o que lhe garante uma comissão vitalícia a cada transação.

- f. *Diversidade*: um grande número de bens pode ser negociado – músicas, vídeos e imagens.
- g. *Recompensas financeiras*: o proprietário do ativo é incentivado a promovê-lo, pois lucrará com sua valorização.

Observando-se as descrições, nota-se que o NFT não é apenas um produto digital, mas uma tecnologia que incentiva automaticamente (através do que se chama de *smartcontract*) os produtores do conteúdo a pensarem sua obra como um ativo que deve ser valorizado ao longo do tempo. A blockchain promete fazer por si só a administração da obra ao longo do tempo.

Assim, não surpreende que o discurso dessas reportagens opusesse gravadoras e os serviços de *streaming* ao NFT: de um lado os intermediários que centralizavam as atividades econômicas de modo pouco transparente e lesivo aos criadores de conteúdos, de outro os agentes da descentralização e da transparência das relações de mercado, que permitem a total liberdade de ação (econômica) dos artistas. “Descentralização significa que muitas pessoas são responsáveis por prover os serviços nos quais nós confiamos, ao invés de um ditador”, afirma Eric Elliott (2021, *online*), criador da plataforma de venda de merchandising digital *Greenrum*. As poucas investigações acadêmicas sobre o tema não fizeram mais do que replicar essa polarização (RAUMAN, 2021; SENKARDES, 2021).

Até agora, pouco se falou dos *marketplaces* de NFTs, que parecem somente viabilizar e otimizar a conexão direta entre artistas e fãs. Sua suposta invisibilidade se justifica pela intervenção apenas dos algoritmos na negociação: ao fim e ao cabo, elas não estabelecem qualquer estrutura de mercado (ou seja, não geram relações de dominação dentro do mercado). Cria-se dessa forma uma falsa dicotomia entre a gestão humana e a gestão algorítmica em que a segunda é privilegiada por sua suposta eficácia e desinteresse. Muito ilustrativa, nesse sentido, é a maneira como a YellowHeart (yh.io), um *marketplace* com base na venda de ingressos, apresenta seus objetivos:

eliminar o *scalping* (venda de ingressos a preços abusivos) e os maus elementos no negócio de ingressos ao dar novamente aos artistas o controle da maneira como seus tickets são distribuídos e comercializados. Essa plataforma é feita POR ARTISTAS, PARA FANS. (YELLOWHEART, 2022, *online*, tradução nossa, ênfase no original)

Não obstante, tais plataformas possuem algoritmos que determinam *como, para quem, quando e quais* as informações serão mostradas para os compradores. Sua Inteligência Artificial é decisiva para a *desintermediação do mercado*. A partir do álibi tecnológico, estabelecem-se novas relações de poder que se pretendem invisíveis.

Fãs: a carreira musical como leilão

A despeito de toda a narrativa *high-tech*, o NFT tem como protagonista o elemento humano: o *fã*. O *fã* é um tipo de consumidor singular, pois representa o modelo típico ideal do consumidor *ativo*. Nos estudos de mídia, o caráter ativo dos fãs emerge, nos anos 1980, como forma de criticar uma suposta passividade imputada ao consumo massivo. Nas últimas duas décadas, a noção se popularizou ainda mais por entusiastas do consumo participativo acionado pelas redes digitais. Mas na era do blockchain, o *fã* não é só quem se organiza em comunidades de gosto e afirma sua identidade através do consumo participativo: ele é sobretudo um *investidor*.

A possibilidade de investir em artistas através da compra de bens e experiências exclusivas não é uma novidade: bonecos, broches, discos com edição limitada e eventos, em que é possível ter contato direto com o artista, são exemplos conhecidos. No entanto, o que se tem agora é o incentivo a converter esses bens que circulavam entre fãs em um elemento mesmo de financeirização da carreira do próprio artista. Isso é possível porque o NFT tem a capacidade de fazer com que o artista receba uma porcentagem a cada revenda, através de contratos inteligentes (*smartcontracts*). Ainda que isso crie uma fonte de renda vitalícia que vai direto para o artista, faz dele dependente de eventuais vendas de

ARTIGO

sua obra, cujos preços e possibilidade de concretização são totalmente incertos.

O NFT também abre ao fã a possibilidade de comprar fatias de direitos autorais e, dessa forma, “adquirir um pedaço das criações” (WANG, 2021, *online*, tradução nossa). Essa possibilidade é vista com entusiasmo por investidor em criptomoedas como Fred Ehrsam que acredita que a propriedade dos bens faz dos fãs os “evangelistas” do NFT, ou seja, seus grandes divulgadores, já que interessados no sucesso econômico do empreendimento que os beneficiaria diretamente (NEWTON, 2021). Nesse sentido, o engajamento do fã se torna monetizável.

Assim, o NFT abre a possibilidade de inserir o músico dentro de uma cultura de celebridades em que qualquer aspecto de sua vida torna-se uma experiência que pode ser vendida a preço fixo ou leiloadas. Isso envolve desde o acesso a camarotes VIP e eventos exclusivos, como fez o Kings of Leon, passando pela participação mesma no processo de produção musical de uma de suas faixas (tal como fez o produtor musical Justin Blau). Mas as possibilidades vão além. O advogado Max Dilendorf chega a sugerir a possibilidade de se vender um NFT que daria a seu portador, ou portadores, a possibilidade de acompanhar os batimentos de coração de uma celebridade monitorados por um sistema eletrônico (BRADSHAW, 2021).

De um lado, temos um mercado elitizado de itens e experiências exclusivas que tende a beneficiar artistas estabelecidos, sendo dirigido a fãs, em busca de exclusividade, e investidores, que visam à especulação: é o caso do álbum de Snoop Dogg, *Bacc on Death Row*. Composto por 17 faixas, cada qual vendida como um NFT a 5 mil dólares, dá ao portador da coleção completa o acesso a joias, shows e festas particulares, “possivelmente um churrasco na casa de Snoop”. O que se ganha, segundo o site da gravadora Gala Music, é “a filiação vitalícia a um clube de elite” (GALA MUSIC, 2022, *online*, tradução nossa). De outro lado, incentiva-se o artista iniciante a converter sua carreira em uma coleção de NFTs e apostar em sua valorização. Nessa chave, surge a plataforma *Greenrum*, cuja proposta é criar uma comunidade em que todas as

postagens dos artistas – imagens, vídeos, músicas, avatares, moda digital e ingressos para shows – possam ser convertidas em *merchandising* digital e vendida para uma comunidade de fãs.

Se a venda de *merchandising* não constitui novidade, o que é novo é a pressão por transformar todo o tipo de objeto ou experiência em um objeto colecionável e, principalmente, fazer desse elemento extremamente frágil e volátil o pilar das carreiras musicais. A gestão da carreira, portanto, não está mais a cargo de uma gravadora, mas deve ser fragmentada em uma série de NFTs que permitem fazer do fã investidor um mecenas: quanto mais estiver disposto a dar, maior é a sua possibilidade de tomar parte na carreira de seu ídolo. Ainda que quem decida os parâmetros do acordo seja, em última medida, o artista, em um cenário de remunerações inconstantes é difícil acreditar que é a liberdade, e não a necessidade, que rege as tomadas de decisão. Assim, o que se tem aqui é uma transferência e pulverização de controle, da gravadora e de seus funcionários, para a comunidade de fãs-investidores-acionistas que em última medida teriam cada vez mais participação e domínio nas tomadas de decisão.

A carreira do artista é tratada como uma empresa de capital aberto, como as ações ofertadas em uma bolsa de valores. Dessa bolsa, fazem parte tantos outros artistas que concorrem entre si na valorização de seus ativos, o que pressupõe a captura por investidores ou a conversão de fãs em investidores. Isso cria tal sinergia entre o mundo artístico e o das finanças, o que distingue o NFT de outras tecnologias financeiras, como o financiamento coletivo ou as próprias criptomoedas, por exemplo. No entanto, termos como *sinergia*, *conexão* ou *empoderamento* acabam por mistificar a dimensão instável e precária, bem como os interesses econômicos e especulativos que fazem parte da mecânica mesma de funcionamento do NFT.

Considerações Finais

Conforme se sustentou ao longo do artigo, o uso do NFT não se resume a um novo instrumento financeiro da economia de música. Na verdade, sua utilização implica a transformação das relações entre os atores desse mercado. Os criadores de conteúdo são instados a conceber suas obras e carreiras individuais como ativos financeiros que podem ser incessantemente valorizados e desvalorizados no mercado, ou seja, sendo objetos de especulação financeira. Sua contrapartida exige um engajamento contínuo e interessado do público, os fãs, que passam a conceber os ativos dos artistas como produtos financeiros que lhes podem gerar renda. Isso significa afirmar que o consumo de música é financeirizado.

Essa financeirização é um sintoma de alguma nova configuração da indústria da música radicalmente distinta daquela da economia industrial dos discos físicos, em que os papéis entre capitalistas, trabalhadores e consumidores eram razoavelmente distinguíveis. Com a metaestabilidade concedida pelos serviços de *streaming* à indústria fonográfica na era digital, começa-se a entrever um novo arranjo produtivo e econômico que permite às plataformas digitais manejar uma produção musical atomizada. Atualmente, não apenas os músicos produzem por si próprios (com seus investimentos) sua música; a eles também é demandado que a comercializem para viabilizar suas carreiras. As consequências desse movimento ainda devem ser acompanhadas no futuro. Não obstante, está evidente que ele constitui uma nova fase da indústria da música, o momento *pós-streaming*.

Referências

- ANDERSON, C. *Free: o futuro dos preços*. São Paulo: Campus, 2009.
- ASSANGE, J.; APPELBAUM, J.; MÜLLER-MAGHUN, A.; ZIMMERMANN, J. *Cypherpunks: liberdade e o futuro da internet*. São Paulo: Boitempo, 2013.
- BARBROOK, R.; CAMERON, A. The Californian ideology. *Science as Culture*, n. 6, v. 1, p. 44-72, 1996.
- BENJAMIN, W. A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica. In: BENJAMIN, W. *Magia e técnica, arte e política*. São Paulo: Brasiliense, 2012.

- BERNARDO, F. Dodging the middleman: Insights on disintermediation in the independent music sector. In: GUERRA, P.; MOREIRA, T. (Eds.). *Keep it Simple, Make it Fast! An approach to underground music scenes*. Porto: U.Porto, 2015.
- BRADSHAW, T. What are non-fungible tokens and how do they work? *Financial Times*, 30 nov. 2021. Disponível em: <https://www.ft.com/content/852b7961-51ee-43a3-8caf-f39bb479655c>. Acesso em: 3 mar. 2022.
- CAPALBO, J. Considering the Impact of NFTs on the Music Industry. *Soundfly*, 13 out. 2021. Disponível em: <https://flypaper.soundfly.com/discover/considering-the-impact-of-nft-the-music-industry/>. Acesso em: 2 mar. 2021.
- COLINS, C. How NFT's Can Help the Music Industry: giving power back to the artists. *Medium*, 18 abril 2021. Disponível em: <https://medium.com/technology-hits/how-nfts-can-help-the-music-industry-b25c19eb4483>. Acesso em: 8 mar. 2022.
- DE MARCHI, L. Do marginal ao empreendedor: transformações no conceito de produção fonográfica independente no Brasil. *ECO-Pós*, v. 9, n. 1, p. 121-140, 2006.
- DE MARCHI, L. *A destruição criadora da indústria fonográfica brasileira, 1999-2009: dos discos físicos aos serviços digitais*. Rio de Janeiro: Folio Digital, 2016.
- DE MARCHI, L. Como os algoritmos do Youtube calculam valor? Uma análise da produção de valor para vídeos digitais de música através da lógica social de derivativo. *MATRIZES*, v. 12, n. 2, p. 193-215, 2018.
- DE MARCHI, L. O capital financeiro vai ao paraíso: Bitcoin, fintech 3.0 e a massificação do homem endividado. *MATRIZES*, v. 15, n. 2, p. 205-227, 2021.
- DIAS, M. T. *Os donos da voz: indústria fonográfica brasileira e mundialização da cultura*. São Paulo: Boitempo, 2000.
- ELLIOTT, E. Welcome to the music metaverse. *Medium*, 28 out. 2021. Disponível em: <https://medium.com/the-challenge/welcome-to-the-music-metaverse-14c8b7f92ca6>. Acesso em: 8 mar. 2022.
- GALLA MUSIC. Welcome Snoop Dogg to Gala Music. *Galla Music Blog*, 9 fev. 2022. Disponível em: <https://blog.gala.games/welcome-snoop-dogg-to-gala-music-d1b-403897c5b>. Acesso em: 4 fev. 2022.
- GATES, B. *A estrada do futuro*. São Paulo: Cia. das Letras, 1995.
- HOUAISS, Grande Dicionário. Fungível. Disponível em: https://houaiss.uol.com.br/corporativo/apps/uol_www/v6-0/html/index.php#1. Acesso em: 25 out. 2022.
- HISSONG, S. Kings of Leon Will Be the First Band to Release an Album as an NFT. *Rolling Stone*, 3 mar. 2021. Disponível em: <https://www.rollingstone.com/pro/news/kings-of-leon-when-you-see-yourself-album-nft-crypto-1135192/>. Acesso em: 13 mar. 2022.
- HERSCHMANN, M. *Indústria da música em transição*. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2010.
- MENOTTI, G. Criptoarte: a metafísica do NFT e a tecnocolonização da autenticidade. *Revista do Centro de Pesquisa e Formação*, n. 13, p. 236-255, 2021.
- MORRISS, A. Anarcho-Capitalism. In: HAMOWI, R. *The Encyclopedia of Libertarianism*. Los Angeles: Sage, 2008.

- NEWTON, C. Is the music industry's future on the blockchain? *The Verge*, 24 nov. 2021. Disponível em: <https://www.theverge.com/22800746/music-industry-royalties-blockchain-crypto-royal-paradigm>. Acesso em: 8 mar. 2022.
- PARANÁ, E. *Bitcoin: a utopia tecnocrática do dinheiro apolítico*. São Paulo: Autonomia Literária, 2020.
- RAUMAN, B. *The Budding Disruption of Blockchain Technology upon Current Structure of the Music Industry*. Senior Theses. South Carolina Honors College, 2021.
- RIFKIN, J. *A era do acesso*. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2001.
- SENKARDES, C. G. Blockchain technology and NFTs: a review in music industry. *Journal of Management, Marketing and Logistic*, n. 8, v. 3, p. 154-163, 2021.
- SCHRADIE, J. Ideologia do Vale do Silício e desigualdades de classe: um imposto virtual em relação à política digital. *Parágrafo*, v. 5, n. 1, p. 84-99, 2017.
- TURNER, F. *From counterculture to cyberculture: Steward Brand, the Whole Earth Network, and the rise of digital utopianism*. Chicago: The Chicago University Press, 2006.
- VICENTE, E. *Da vitrola ao iPod: uma história da indústria fonográfica no Brasil*. São Paulo: Alameda, 2014.
- WANG, M. NFTs Impact on Artists as the Music business Transitions. *Medium*, 15 jun. 2021. Disponível em: <https://medium.com/superfarm/nfts-impact-on-artists-as-the-music-business-transitions-fce62c7c3e9>. Acesso em: 5 mar. 2022.
- WESTENBERG, J. Music NFTs Are Set for an Explosive 2022. *Coindesk*, 6 dez. 2021. Disponível em: <https://www.coindesk.com/layer2/2021/12/16/music-nfts-are-set-for-an-explosive-2022/>. Acesso em: 3 mar 2022.
- WITT, S. *Como a música ficou grátis: o fim de uma indústria, a virada do século e o paciente zero da pirataria*. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2015.
- YELLOWHEART. What is YellowHeart? Disponível em: <https://helpcenter.yh.io/kb/en/article/what-is-yellowheart>. Acesso em: 1 fev. 2022.

Sobre os autores

Marcelo Garson - Professor adjunto do Departamento de Comunicação da Universidade Federal do Paraná (UFPR). Doutor em Sociologia pela Universidade de São Paulo. Trabalhou no desenvolvimento teórico do texto, sobretudo na seção sobre a cultura de fãs.

Mário Messagi Jr. - Professor adjunto do Departamento de Comunicação da Universidade Federal do Paraná. Doutor em Ciências da Comunicação pela

Universidade do Vale do Rio dos Sinos. Trabalhou no desenvolvimento teórico do texto, em particular sobre usos do NFT no mercado de música.

Leonardo De Marchi - Professor da Escola de Comunicação e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura da Universidade Federal do Rio de Janeiro. Doutor em Comunicação e Cultura pela Universidade Federal do Rio de Janeiro. Trabalhou no desenvolvimento teórico do texto, notadamente a parte sobre transformações históricas da indústria fonográfica, anarcocapitalismo e tecnologias financeiras.

Data de submissão: 01/07/2022

Data de aceite: 14/12/2022