

Música e internet: uma expressão da Cultura Livre

Auta Rodrigues Moreira

Irene Guerra Salles

Lilian Braga Carmo

Luana Roberta Salazar

Resumo: Atualmente, com a presença marcante das tecnologias, torna-se necessária a discussão acerca das mudanças que vêm ocorrendo na sociedade. As tecnologias e, principalmente, o uso da internet fazem cada vez mais parte do cotidiano, contemplando dimensões como trabalho, estudo e lazer. A difusão da Cultura Livre, nesse contexto, é a pretensão deste texto. Sendo tal temática muito complexa, torna-se relevante um recorte para aprofundamento: refletir sobre as novas tecnologias de compartilhamento, em especial, a modalidade referente à música. Nesse viés, cabe verificar como vem ocorrendo a disseminação das produções musicais no Ciberespaço, no que diz respeito ao acesso, difusão e compartilhamento. A intenção é detectar e problematizar como a música se propaga no espaço da Cultura Livre/Ciberespaço e como a mesma vem modificando as relações entre produtores e consumidores. A Cultura Livre, no que se refere ao compartilhamento das produções musicais, ainda é incipiente, porém, tem um futuro promissor.

Palavras-chave: Cultura livre, difusão musical, compartilhamento, ciberespaço.

Introdução

A sociedade contemporânea é marcada pela interação entre o homem e a máquina (ESPÍRITO SANTO, 2012). As tecnologias digitais vêm realizando mudanças profundas na sociedade desde as décadas de 60 e 70 (COSTA, 2006) e, na atualidade, observa-se uma simbiose completa entre os componentes da relação tecnologia-sociedade-cultura (RIBEIRO; CHAMUSCA; CARVALHAL, 2006). O uso da internet está cada vez mais presente no cotidiano, seja no trabalho, na escola ou no lazer.

As tecnologias digitais possibilitaram a criação de novas obras, assim como o armazenamento, a transmissão e a reprodução dessas (COSTA,

2006). Nesse sentido, vale ressaltar a importância do ciberespaço para a difusão dessas produções culturais. O ciberespaço pode ser entendido como um espaço comunicacional e simbólico, de virtualização da realidade e de interações virtuais (MUSTARO, 2002). Contudo, para que a difusão da cultura possa ser sem fronteiras, deve-se propagar a ideologia da cultura livre. A cultura livre é um conceito nascido com a era digital, que considera que todo conhecimento deve ser livre, possibilitando seu compartilhamento, distribuição, cópia e uso, preservando as autorias (LAWRENCE, 2004).

No contexto da cultura livre, o compartilhamento digital de músicas pode se apresentar como um recorte importante, em vista de sua ampla difusão na sociedade contemporânea. Em tempos remotos, a tecnologia não era vista como uma ferramenta para a divulgação da arte musical. Em contrapartida, atualmente, os músicos estão conquistando, por meio do ciberespaço, um ambiente de divulgação livre de suas obras (ABECHE, 2011). Portanto, pretende-se por meio deste artigo, detectar e problematizar como a música se propaga no espaço da Cultura Livre/Ciberespaço e como a mesma vem modificando as relações entre produtores e consumidores.

Produções musicais no Ciberespaço: acesso, difusão e compartilhamento.

A música pode ser considerada um produto social e simbólico capaz de promover vínculos afetivos entre pessoas de diferentes culturas (SANTINI & LIMA, 2005). Em tempos remotos, iniciando sua difusão por meio da oralidade, era necessária a presença de um executor e um ouvinte no momento de sua realização. Com o tempo, foram surgindo modos de suporte musical, por meio dos sistemas de gravação, como os discos de vinil, as fitas e, posteriormente, os CDs através das tecnologias digitais. Por meio de tais suportes, foram possíveis ações como o distanciamento entre público e artistas e a disseminação de músicas de várias localidades pelo mundo, democratizando o acesso a música.

Segundo Santini e Lima (2005), apesar das inovações no universo musical, foi com o advento da *web* que a música pode ser transmitida e recebida sem a dependência de um único suporte físico. Pelo formato de compressão de arquivos em MP3, houve uma revolução na transmissão de

arquivos musicais. Compactada a informação sonora, sua transmissão tornou-se uma ação fácil. Com tal facilidade, qualquer pessoa poderia gravar um CD no seu computador, converter em MP3 e distribuir na internet para milhares de usuários. Com isso, a problemática de direitos autorais (direito legítimo de venda a partir do criador) torna-se presente no que diz respeito ao acesso e compartilhamento musical, pois a virtualização da música proporciona uma prática de comercialização tão ampla, que torna-se possível colocar à venda álbuns musicais de um determinado artista e apropriar-se do lucro e da venda do mesmo, não tendo nenhum tipo de direito autoral em cima da obra, o que é considerado pirataria.

Entretanto, o ciberespaço vem alterar todas as relações de consumidores e produtores. Na contemporaneidade, temos muitos consumidores que preferem fazer download a comprar CDs. Estamos inseridos em um contexto que prioriza a disseminação de arquivos de músicas no ambiente virtual. “As grandes gravadoras perderam o controle do que pode ser gravado, distribuído e consumido. A história da livre circulação de arquivos digitais de música através da Rede Mundial de Computadores está apenas começando” (SANTINI & LIMA, 2005, p.12).

O ciberespaço potencializa a difusão musical, a cada dia, podendo ser considerado como uma biblioteca musical. Barbrook (2004) argumenta que o centro da internet não é a comercialização de informações, mas pelo contrário, a circulação livre de informação. Concordando com o argumento do autor e pensando toda a temática em torno das músicas, o ambiente virtual através do formato de MP3 possibilita ao Cantor/Compositor/Músico a divulgação de músicas sem o intermédio da gravadora por um custo muito baixo, o que proporciona um questionamento ao trabalho intermediário das gravadoras, pois, cada vez mais, temos músicos trabalhando e divulgando suas obras sem vínculos com a indústria fonográfica.

Se anteriormente as pessoas contavam os dias para o lançamento de um CD, hoje o Ciberespaço substitui essa espera por uma infinidade de músicas lançadas em tempo real, ou seja, as músicas chegam aos ouvintes num espaço de tempo muito curto, valorizando o que o Lemos e Cunha (2003) chamam de rede.

Assim inovações tecnológicas transformam o consumo e os formatos das músicas. Os dispositivos móveis e as conexões de alta velocidade (banda larga) nos permite estar sempre conectados e fazer download de arquivos musicais gratuitamente. O consumidor de música está hoje em um lugar privilegiado diante do ciberespaço, pois esse detém o direito de experimentação e escolha, com uma extensa e variada gama de músicas locais e internacionais.

Considerações Finais

Lemos e Cunha (2003) chamam atenção para o fato de que a cibercultura representa a cultura contemporânea, sendo consequência direta da evolução da cultura técnica moderna. Vivemos na cibercultura, logo, torna-se necessário que os músicos reinventem modelos os quais priorizem a interação, a acessibilidade e os novos recursos tecnológicos, para romper com os padrões anteriores e assumir a sociedade em rede. Nas palavras de Paulo Rosa (presidente da Associação Brasileira de Produtores de Discos –ABPD), em uma entrevista para Galo (2009): “Os artistas estão se reinventando, adaptando-se a esta nova realidade e a esse novo mercado, buscando novos modelos de negocio, além da “venda” de música”.

No Brasil, músicos e grupos musicais como Pato Fu, O Teatro Mágico e Gaby Amarantos são exemplos de artistas que, adaptados a nova realidade, disponibilizam em sites oficiais suas músicas para que os fãs possam baixar gratuitamente. Segundo alguns desses artistas, garantir o acesso ao público não impede a venda de CDs e promove uma ampla divulgação.

Nesse sentido, a cultura comunitária virtual acrescenta uma dimensão social ao compartilhamento tecnológico, fazendo da Internet um meio de integração social, coletiva e simbólica (SANTINI & LIMA, 2005). É importante ressaltar que não propomos que os artistas deixem de receber por suas obras, nem concordamos com a pirataria. Apoiamos o ideal da cultura livre - considerando que todo conhecimento deve ser livre, possibilitando seu compartilhamento, distribuição, cópia e uso, preservando as autorias – e que o debate sobre compartilhamento em rede deve ser ampliado a fim de que produtores e consumidores sejam beneficiados com e através da música.

Referências

ABECHE, D. P. **Música no ciberespaço: o papel do usuário de redes sociais no compartilhamento de música, arquivo e o discurso auto-imune.** Primera Revista Electrónica en América Latina Especializada en Comunicación, n. 77, ago-out 2011.

BARBROOK, R. **Cibercomunismo: como os americanos estão superando o capitalismo no ciberespaço.** Disponível em: <http://members.fortunecity.com>. Acesso em: 01 de dezembro de 2012.

COSTA, J.S. **A Tecnologia Digital e as Produções Multimídia.** 2006. Disponível em: http://www.socinpro.org.br/legislacao/artigos_juridicos/13.pdf. Acesso em 25 de novembro de 2012.

ESPÍRITO SANTO, S. R. S. do. **Juventude Ciborgue: Transgredindo fronteiras de genero.** Disponível em: <http://www.anped.org.br/reunioes/32ra/arquivos/trabalhos/GT23-5313--Int.pdf>. Acesso em 24 de novembro de 2012.

GALO, B. **E segue a briga centenária entre música e tecnologia.** Caderno Link nº936, São Paulo: O Estado de S. Paulo, 05 de outubro de 2009.

LAWRENCE, L. **Cultura Livre.** 2004. Disponível em: <http://softwarelivre.org/samadeu/lawrence-lessig-cultura-livre.pdf>. Acesso em 29 de novembro de 2012.

LEMOS, A.; CUNHA, P. (orgs). **Olhares sobre a Cibercultura.** Sulina, Porto Alegre, 2003.

MUSTARO, P.N. **Ciberespaço: horizontes e possibilidades.** Augusto Guzzo Revista Acadêmica, n.4, 2002.

RIBEIRO, J. C.; CHAMUSCA, M.; CARVALHAL, M. **As tecnologias contemporâneas de comunicação e as mudanças na “produção” e no “consumo” de informações.** UNIrevista, vol. 1, n.3, jul/2006.

SANTINI, R.M.; LIMA, C.R.M. **Difusão de música na era da internet.** In: V Encontro Latino de Economia Política da Informação, Comunicação e Cultura, 2005, Salvador (BA). Salvador (BA): União Latina de Economia Política da Informação, Comunicação e Cultura, 2005. Disponível em: <http://www.rpbahia.com.br/biblioteca/pdf/ClovisMontenegroDeLimaRoseSantini.pdf>. Acesso em 01 de dezembro de 2012.