

DA PIRATARIA AO STREAMING: DISCUTINDO NOVAS RELAÇÕES ENTRE ARTISTAS E O MERCADO FONOGRÁFICO

**PIRACY, MP3 AND MUSIC SUBSCRIPTION SYSTEMS: NEW RELATIONSHIPS BETWEEN
THE ARTIST AND THE MARKET**

JOSÉ EDUARDO RIBEIRO DE PAIVA

Professor do Departamento de Multimeios, Mídia e Comunicação do Instituto de Artes da UNICAMP e professor do Programa de pós graduação em Artes Visuais – Multimeios e Artes e do programa de pós graduação em Música da mesma instituição. Graduado em música, mestre em Artes e Doutor em Multimeios, desenvolve desde os anos 80, trabalhos sobre as relações entre criação sonora, mídia, arte e tecnologia.

E-mail: paiva@unicamp.br.

DE PAIVA, JOSÉ EDUARDO RIBEIRO. Da pirataria ao streaming: discutindo novas relações entre artistas e o mercado fonográfico.

Revista GEMInIS, São Carlos, UFSCar, v. 8, n. 1, pp.115-125, jan. / abr. 2017.

Enviado em: 19 de maio de 2017 / Aceito em: 21 de junho de 2017.

RESUMO

Os discos piratas ganharam notoriedade a partir dos anos 1960, quando os “bootlegs” passaram a ser um símbolo da contracultura, sendo basicamente as gravações não lançadas e registros de performances ao vivo, raridades que atendiam ao público que via nestes discos a posse de um material exclusivo de seus ídolos. Com o surgimento da gravação digital a pirataria ganhou uma nova dimensão: agora, não se trata mais de gravações não comerciais lançadas, mas sim cópias de discos comerciais, onde o intuito principal é o lucro por pessoas que não estão diretamente envolvidas nos trabalhos ou então a circulação de músicas na web sem o pagamento dos direitos autorais. Isto cria uma nova relação entre os artistas, o mercado e o conceito de “pirataria”, fazendo com que uma nova ordem de produção se estabeleça.

Palavras-chave: direito autoral, discos piratas, mp3, streaming, gravação digital.

ABSTRACT

Bootlegs gained notoriety in the 60s, when "bootlegs" became a symbol of the counterculture. They were basically the unreleased recordings and records of live performances and rarities that met the public who saw in this the possession of an exclusive material of their idols. With the advent of digital recording, piracy has gained a new dimension: now, we are no longer talking about non-commercial recordings that were released but about copies of commercial discs, whose main purpose was to generate profit for people not directly involved in the work or circulation of music on the web without the payment of copyright fees. This created a new relationship among artists, the market and the concept of "piracy", which led to the appearance of a new production order.

Keywords: copyright, bootlegs, mp3, streaming, digital recording.

INTRODUÇÃO

Durante o século XX, os processos de registro e duplicação sonora permitiram o surgimento da indústria fonográfica e sua consequente normatização, fazendo com que tanto as questões tecnológicas quanto as questões legais fossem padronizadas desde os primeiros discos de 78 rpm até a gravação digital. Concomitante ao seu crescimento pelo mundo todo, a indústria fonográfica também teve de lidar com as questões da pirataria, que até os anos cinquenta, ainda se limitava a cópias não autorizadas de partituras. A partir deste período, com a adoção do LP (long play) como formato, a duplicação de discos não autorizados teve um grande crescimento. Kernfeld (2011:134) aponta que em 1951 já existiam quatro fábricas de discos ilegais, ainda no formato de 78 rpm, funcionando em Nova York. Ainda segundo o autor, a questão da pirataria na indústria fonográfica pode ser resumida da seguinte forma: partituras em 1929, discos de 78 rpm e LPs em 1959, fitas K7 em 1979 e CDs áudio em 1999 (2011:136).

A pirataria sempre foi combatida com rigor legal e apontada como um dos vilões da indústria fonográfica. Após os recursos da gravação digital, passou a ser responsabilizada pelo encolhimento do mercado e quebra no faturamento de artistas e empresas. Sua popularização junto ao grande público iniciou nos anos 60, quando o termo discos pirata (bootleg records) passou a fazer parte do vocabulário do público. Atualmente, *bootleg*, (contrabando) é utilizado para definir toda e qualquer atividade de pirataria comercial. Porém, nos anos 1960, os *bootlegs records*, (discos pirata) eram parte integrante da contra cultura, e denotavam um modo específico de procurar novas relações entre artista, mercado e indústria.

No final dos anos 60, o termo “*bootlegging*” veio a ser usado em um sentido mais especializado. Na medida em que aplicou as gravações, denotava não só a distribuição de músicas já existentes sem autorização, mas também a distribuição não autorizada de material, de outra forma indisponível, tomado da gravação de um concerto ou uma transmissão gravada, ou a partir de sessões inéditas de estúdio (KERNFELD, 2011: 125).

Inicialmente, eram discos com capas brancas, com apenas uma referência ao

nome do grupo, sem usar a identificação original. Assim, os “...‘Rolling Stones’ eram conhecidos como ‘The Greatest Group on Earth’, o ‘Grateful Dead’ como ‘Dead’ e ‘Jefferson Airplane’ como “Airplane” (NEVES, 1972:18).

A maioria desses discos é de concertos (alguns são gravados até em mini-cassetes), mas há também os que aproveitam fitas velhas com gravações antigas e não incluídas em discos oficiais. A qualidade técnica é bastante inferior. Ninguém pode esperar que um *bootleg* dure a vida inteira. Além dos chiados estarem presentes desde a primeira vez que você ouve um desses discos, eles tendem a aumentar.....Mas para os jovens americanos e ingleses, possuir é um *bootleg* é como possuir os originais de um escritor famoso, cheio de anotações e rabiscos feitos a mão ao pé da página. Essa é grande curtição (NEVES, 1972:18).

Mais do que simplesmente uma questão comercial, os *bootlegs records* dos anos 1960 tratavam de oferecer ao público um produto exclusivo, que o aproximasse mais do artista e lhe desse aquilo que os outros fans não possuíam: a gravação única, possuidora da aura da exclusividade. Além disto, traziam uma forte característica anti-sistema, que combinava fortemente com a contracultura da época, uma vez que estas gravações, segundo seus entusiastas, eram trabalhos onde o artista podia ser apreciado sem o gerenciamento das gravadoras e sem a contaminação do mercado em sua criação.

Pode-se dividir a pirataria nas gravações em três momentos claros: o primeiro, característico dos anos 1960, ligado a contracultura e a realização dos discos piratas com conteúdos alternativos; o segundo, onde a cópia física e não autorizada de material protegido pelas leis de direito autoral passa a ser comercializada desde as fitas cassete até os CDs, que teve seu início nos anos 1970¹ e que sobrevive até hoje; e o terceiro com a distribuição de material musical, comercial ou não, pela web em formatos como o mp3. Mas o próprio termo “pirata” tem uma definição difusa e que ainda não teve sua definição legal realizada, e “...certamente é melhor compreendido como um produto de debates do que como uma descrição de comportamento específico O termo é confuso, e frequentemente é usado para confundir distinções importantes entre os tipos de uso descompensados..” (KARAGANIS, 2011:02). Atualmente, aceita-se a definição de pirataria na questão da indústria do audiovisual como algo que “...se refere à violação de direitos de autor e direitos conexos (por exemplo, os direitos dos artistas intérpretes

1 A duplicação deste tipo de material sempre incomodou a indústria, e nos anos 70, as gravações em fita cassete eram o principal inimigo a ser combatido no mercado brasileiro, conforme o texto demonstra. “A repressão às fitas piratas começou por iniciativa da ABPD, que, em ação conjunta com a Polícia Federal Fazendária, realizou diligências, no final de 1975, no interior paulista. Muitas gravadoras-fantasma foram autuadas e seu material apreendido, incluindo fitas virgens, gravadas e duplicadores de som semiprofissionais”.(COZELLA, 1980:124)”.

ou executantes, produtores de fonogramas e organismos de radiodifusão)"² (JOHNS, 2010:19), ou ainda como "... um termo geral que abrange uma ampla variedade de atividades, incluindo a falsificação, pirataria, contrabando, gravação home, negociação fita e compartilhamento de arquivos online"³ (MARSHALL, 2004:163).

Dentro do contexto comercial e industrial da atualidade pirataria é compreendida como a falsificação de um produto. Um cd áudio pirata de um disco comercial pode apresentar um produto falso (o suporte) mas seu conteúdo sonoro é verdadeiro, pois se trata da mesma gravação contida no disco autêntico, ao contrário de um tênis, por exemplo, onde o produto pirata (falsificado) não possui as mesmas características intrínsecas do original. Desde os acordos de Berna e Paris do fim do século XIX, legislações vem tentando promover a distinção entre violação de direitos autorais e violação de marcas registradas, e no caso de um CD pirata, tanto as marcas registradas (os selos de gravação) como os direitos autorais (diretamente ligados aos artistas) são desrespeitados.

Os *bootlegs* dos anos 1960 e 1970 com o surgimento da gravação digital se sofisticaram e passaram a ter a mesma qualidade de um disco adquirido nas lojas. Isto trouxe uma nova série de atores a cena dos discos pirata, onde o que antes era alternativo e exclusivo se tornou apenas cópias vendidas a um custo menor de gravações comerciais legalmente protegidas. Esta possibilidade é diretamente decorrente das especificidades da gravação digital, que por ser uma sequência numérica não degrada sua qualidade em um processo de cópia, ao contrário da gravação analógica. Por não ter encargos fiscais, trabalhistas ou de direitos autorais, seu custo sempre foi muito inferior ao das gravações comerciais, sendo vendido no mercado informal. Por outro lado, os discos feitos com material alternativo não lançados comercialmente, que mantinham os fundamentos dos antigos *bootlegs* continuam a ser um produto para iniciados, com baixíssima vendagem, com no "...máximo três mil cópias vendidas de cada lançamento". (MARSHALL, 2004:166), algo totalmente desprezível quando comparada a venda global de artistas que facilmente ultrapassam a casa dos dez milhões de cópias vendidas. Em 1994, antes do advento da web e do mp3, a estimativa era de que houvesse, no máximo, 200.000 fãs adquirindo *bootlegs* pelo mundo todo, o que demonstra seu pouco potencial comercial.

Talvez a melhor explicação para esta pirataria que poderia ser classificada como "romântica" seja a de criar uma proximidade com o artista. Porém, isto foi percebido

2 No original: "here it refers to the infringement of copyright and related rights (for example, the rights of performers, producers of phonograms, and broadcasting organizations)".

3 No original: "is a blanket term covering a wide variety of activities, including counterfeiting, pirating, bootlegging, home taping, tape trading and online file sharing".

pela indústria fonográfica, que a partir do final dos anos 1980 iniciou a produção massiva do que se conceitua como “box set”, nada mais que coletâneas de materiais inéditos ou pouco conhecidos de artistas, geralmente de grande público. Além disto, o CD áudio tem capacidade de até 80 minutos, praticamente o dobro de um LP, e muitas vezes este tempo era preenchido com sobras e takes alternativos das versões originais que compunham o álbum. Um bom exemplo disto é a versão em CD de “Pet Sounds” dos Beach Boys (1965) que, além do material do LP original traz uma série de takes não lançados comercialmente, dignos de um autêntico *bootleg* dos anos 1960.

A pirataria baseada no suporte físico digital do CD áudio teve um grande crescimento entre 1998 e 2006, intimamente ligada à popularização dos gravadores de CD domésticos. A ideia principal não é a de trazer materiais inéditos ou desconhecidos de artistas, mas sim copiar gravações e marcas legalmente protegidas sem o pagamento de nenhum direito, vendendo seu material por preços muito abaixo do de mercado e auferindo um lucro bastante significativo. É importante lembrar que quando o primeiro equipamento de gravação digital chegou ao grande público, (os sistemas de gravação em fita DAT - *Digital Audio Tape*, em 1986) provocou uma séria discussão sobre direito autoral no mercado norte americano que resultou no AHRA (*Audio Home Recording Act*) de 1992, que previa que qualquer gravador digital de áudio comercializado nos Estados Unidos tivesse *Serial Copy Management System* (SCMS), um sistema que restringia as cópias. O SCMS foi o primeiro do que se chama *Digital Rights Management* (DRM), e permitia ao criador de uma fita DAT escolher se liberava, permitia apenas uma ou proibia qualquer tipo de cópia. Além disso, os gravadores DAT foram taxados com um imposto de 2% sobre o custo comercial de cada máquina, que reverteria para as gravadoras. Quando os gravadores de MiniDisc e Cd áudio começaram a se popularizar, foi feita a tentativa de estender o AHRA a estes equipamentos, porém isto não se concretizou. Mas o maior temor da indústria era a possibilidade do usuário copiar seus CDs para o computador, ato que na gíria se chama “ripar um cd”, e a partir daí não somente poder distribuí-lo mas poder manipular os arquivos digitais e gerar infinitas cópias sem uma perceptível degradação em relação ao original. A primeira ação judicial sobre isto foi movida em 1999 pelas gravadoras contra a Diamond Multimedia Systems, a empresa que comercializou o primeiro mp3 portátil, chamado “Rio”. E desta vez a Nona Corte de Apelação Americana julgou que computadores e HDs não se qualificavam como um dispositivo de gravação de áudio digital pois esse não era seu propósito principal. Com isto, computadores e discos rígidos foram excluídos da normatização da AHRA, bem como da exigência do *Serial Copy Management System* (SCMS) e o formato MP3 se popularizou rapidamente.

A questão do mp3 remete ao que MORTON define como Cultura da Gravação, que se materializou entre os anos de 1930 a 1960 nos Estados Unidos, quando

Os usuários e consumidores de gravação de som sistematicamente quebraram as regras estabelecidas por inventores, engenheiros, gestores, decisores políticos e corporações. Especialmente após a Segunda Guerra Mundial, os consumidores encontraram um aumento do número de maneiras de desviar a tecnologia para seus próprios fins, muitos dos quais os coloca em conflito com as empresas e instituições que fornecem os dispositivos (MORTON, 2000:136).

O primeiro suporte de gravações que se tornou massivo foi a fita magnética cassete, que entre os anos como 1960 e o início dos anos 1990 fez com que os usuários passassem a produzir suas próprias gravações, gravações não entendidas aqui como registro de performances musicais, mas sim como organização e/ou seleção de músicas para comporem uma *playlist* de acordo com o desejado pelo seu proprietário. Não deve se esquecer que a mobilidade da escuta foi decorrência da fita cassete e do *Walkman* da Sony, o reproduzidor de gravações mais vendido da história.

Porém, mais do que permitir ao usuário a criação de sua própria seleção musical de forma muito mais simples que na fita cassete, o mp3 trouxe uma série de novas possibilidades que se agregaram aos conceitos já existentes, principalmente referentes a distribuição de material gravado pela rede e o acesso imediato a qualquer obra musical sem a necessidade de seu suporte físico. E justamente por essas possibilidades o mp3 é até hoje o formato de áudio mais combatido pela indústria, que o coloca como a principal causa de seu encolhimento mundial. Dados da IFPI de 2013 demonstram que 26% dos usuários de computadores do mundo todo (sem calcular *smartphones* ou *tablets*) ainda fazem *download* de *sites* ilegais de música. Em 2000, a popularização dos sistemas de troca de arquivos como o Napster é um dos marcos divisórios na crise da indústria, iniciando a curva descendente de venda dos CDs.

Assim, do analógico ao digital, pela primeira vez a indústria fonográfica entrou em uma irreversível crise, principalmente pela quebra na arrecadação dos direitos autorais. O modelo tradicional de comercialização entrou em colapso e durante os últimos dez anos, consolidou-se novos modelos de negócios de venda de música on line, do tradicional I-Tunes aos serviços de assinatura. Plácido Domingo, atual presidente da IFPI, coloca no relatório de 2014 que “os direitos autorais fornecem a base do moderno mercado digital de música”, demonstrando que mesmo nas novas formas de comercialização, o copyright continua a ser um dos pilares da indústria. Em 2013, nos dez anos de existência do I-Tunes, o primeiro sistema bem sucedido de venda *on-line*, se comemorou os 25 bilhões de músicas vendidas. Isto deixa claro a migração do suporte

físico dos CDs para o mundo virtual, e muito mais que simplesmente a questão da pirataria, parece que por permitir ao usuário uma nova relação de escuta, estes formatos se impuseram no mercado. Não existe mais a idéia do álbum, de uma escuta "dirigida" pelo artista, produtor e gravadora, mas uma escuta onde o usuário pode montar sua play list como nas antigas fitas cassetes, agora de forma muito mais prática, permitindo inclusive a manipulação direta dos arquivos. A música é tratada uma a uma, tanto para os downloads ilegais quanto para os adquiridos legalmente, e algumas propostas da indústria fonográfica, como o "álbum conceitual", que de acordo com Shuker (1999, p. 17), são "...unificados por um tema que pode ser instrumental, compositivo, narrativo ou lírico. Deixam de ser uma coleção de canções heterogêneas para tornarem-se obras narrativas, com uma sequência de canções individuais em torno de um tema único" se perdem. Discos conceituais emblemáticos como "Sergent Peper's Lonely Hearts Club Band" dos Beatles ou "The Dark Side of the Moon", do Pink Floyd, tem suas faixas retiradas e reorganizadas pelos ouvintes, e assim, "as faixas de um CD não mais vinculadas pelo artefato escolhido pela indústria, podem ser acumuladas, reorganizadas e ouvidas de acordo com diferentes critérios e mecanismos" (BODKER, 2004:13), claramente dentro do conceito da cultura de gravação a que Morton se refere.

A partir de 2008, os sistemas de streaming sob assinatura, do qual o Spotify foi o pioneiro, trouxeram um novo modelo de negócios, com uma relativa paz entre artistas, gravadoras e público. Baseados em uma escala global de consumo, pagam valores irrisórios por execução, algo entre US\$ 0,006 e US\$ 0,0084. Comparativamente, um milhão de execuções vale US\$ 1.500,00 nos sistemas de streaming e US\$ 140.000,00 se fossem downloads do I-Tunes, colocando novos patamares de consumo, como os mais de três bilhões de vezes que a música de Ed Sheeran foi escutada. Dentro desta nova dimensão do consumo musical, surge um novo fator: a promoção cada vez maior dos artistas ligados aos grandes grupos de entretenimento, em detrimento dos artistas locais que não contam com grandes estruturas de promoção. Leis de incentivo às produções locais ou mesmo a recente determinação brasileira que limita o número de salas ao lançamento dos blockbusters não fazem sentido na internet e nos colocam à beira de uma perigosa homogeneidade cultural sem precedentes na história da humanidade.

Mas onde o artista se posiciona nisto tudo, e como ele se relaciona com a pirataria e as novas tecnologias de distribuição on-line, fazendo com que elas funcionem a seu favor? Durante o século XX, muitos artistas tiveram opiniões a favor da flexibilização das gravadoras, como Mick Jagger, que recentemente colocou em uma entrevista a Will Gompertz, na BBC, "que as gravadoras não pagam direitos a ninguém...". Em 1972, em um dos primeiros artigos publicados no Brasil sobre a questão dos *bootlegs*,

Ezequiel Neves afirmava: “As companhias de discos reclamam mas gente como Mick Jagger acha que é uma grande invenção. Bob Dylan e os Stones tem mais *bootlegs* no mercado que os discos editados conforme a lei”. A relação do artista com a gravadora no século XX sempre se baseou na idéia da música vendida em quantidade massiva. Caruso, em 1910, já alcançava a marca de um milhão de cópias e esta foi a proposta da indústria durante a maior parte de sua existência, inclusive com distinções aos artistas conforme sua vendagem, os conhecidos discos de ouro e discos de platina. Mesmo que o lucro não fosse auferido pela venda, a grande exposição de um artista na mídia se traduz em números de shows, geralmente mais rentáveis que direitos autorais, muitas vezes de pouca transparência e difíceis de serem controlados. A performance ainda é o único terreno onde o artista consegue um controle quase total da sua exposição e de quanto ela pode arrecadar. Prince foi um dos primeiros artistas a perceber isto, quando, em 2007, ao lançar o disco “Planet Earth”, ele distribuiu gratuitamente três milhões de cópias encartadas no jornal inglês “The Mail on Sunday”, que arcou com os custos de impressão dos discos e ainda pagou 250.000 libras ao artista (CAETANO, 2007). A dimensão exata desta inversão de valores entre a performance e o disco gravado ainda não pode ser totalmente mensurada, mas algumas observações dão uma pista: “Prince é bom de aritmética e de golpe de vista. Ao dar um CD de graça, ele diz com todas as letras que este não passa de uma mera isca para seu verdadeiro negócio – vender ingressos de shows” (FUKUSHIRO, 2007).

Resta ao artista compreender este novo mundo e aprender a interpretar seus sinais. Programas de TV ou mídia impressa talvez hoje signifiquem muito pouco sobre a popularidade de um artista, ao passo que os downloads ilegais de músicas mp3 sejam uma excelente visão do público que este artista possua. No final de 2013, foi divulgado em diversos jornais que o grupo Iron Maiden se utilizou dos serviços da MusicMetric, empresa britânica que mensura o quanto o trabalho de um artista aparece na web, das redes sociais aos sites de torrent. E com isto, conforme a revista Rolling Stone, o grupo “começou a agendar suas turnes baseado no interesse que as pessoas demonstram pela banda - seja legal ou ilegal” (<http://rollingstone.uol.com.br/noticia/iron-maiden-usa-analises-de-pirataria-para-programar-turnes/>). Posteriormente, isso foi desmentido pelo principal executivo da empresa MusicMetric, que colocou apenas a entrega de um relatório de monitoramento aos agente do grupo, inclusive com os dados de troca de arquivos via Torrent, e interpretado por eles da forma que lhes pareceu melhor. Sendo verdade ou não, seu show em São Paulo rendeu U\$\$ 2.500.000,00, e suas apresentações tem privilegiado a América Latina, onde possui grande numero de seguidores trocando seus arquivos pela rede.

Provavelmente, o maior desafio ainda seja o de interpretar o que a pirataria digital e a circulação de arquivos sonoros na rede colocam ao mercado. E até mais que isso, como incorporar atividades compreendidas como "ilegais" nas questões do mercado fonográfico, que agora não vende mais suportes contextualizados (como os álbuns) e sim arquivos isolados que podem ser montados na sequência que agrada o ouvinte. A visibilidade talvez seja hoje o maior patrimônio que um artista pode ter, e esta visibilidade, em sua grande parte, é obtida através da circulação de arquivos não autorizados e fazem parte daquilo que TRIVINHO (1998:55) conceitua como "janela midiática". O que não se deve esquecer é que, dos bootlegs dos anos 1960 aos MP3 de hoje, a pirataria conviveu e convive diuturnamente, nas suas mais variadas formas com todo o mercado fonográfico e é parte integrante, e porque não, determinante de tendências, comportamentos e mercados.

E dentro do contexto de visibilidade, os serviços de streaming representam toda uma nova série de possibilidades, principalmente ao explorar a interação com os ouvintes. Porém a partir do momento em que os sistemas de assinatura procuram determinar afinidades e gostos para sugerir "play lists" ao ouvinte via algoritmos cada vez mais sofisticados, acabam por dirigir a escuta, diminuindo o poder de decisão do público sobre o que ouvir. Afinal, a ideia de que o ouvinte seja seu próprio "curador" ainda é uma das principais propostas das tecnologias que fizeram a mobilidade da escuta e a apropriação tecnológica por parte dos usuários. Delegar esta função aos sistemas de assinatura musical pode ser uma perigosa ferramenta para determinar tendências e artistas ao grande público, ao mesmo tempo em que lhe retira boa parte do poder de decisão sobre o quê e como escutar.

REFERÊNCIAS

Bødker, Henrik. 2004. **The changing materiality of music**. Aarhus, Denmark.

Caetano, Miguel. 2007. "**Planet Earth de Prince chega a três milhões de pessoas**" in <<http://www.remixtures.com/2007/07/planet-earth-de-prince-chega-a-tres-milhoes-de-pessoas>> [Consulta em 11/08/2014]

Coelho, Paulo. 2012. "**My thoughts on S.O.P.A**". Disponível em <<http://paulocoelhoblog.com/2012/01/20/welcome-to-pirate-my-books/>>. [Consulta: 11 ago.2014].

Cozella, D. 1980. **Disco em São Paulo**. São Paulo, Departamento de Informação e Documentação Artísticas.

Domingo, Plácido, 2014. **Digital Music Report**, disponível em:

<<http://www.ifpi.org/recording-industry-in-numbers.php>> [Consulta: 12 jun. 2014]

Fukushiro, Luis. 2007. “**Vale até disco de graça**”. In <(em http://veja.abril.com.br/180707/p_126.shtml)> Consulta: 12 jun. 2014

Gompertz, Will 2010. “**Sir Mick Jagger goes back to Exile**”, disponível em <<http://news.bbc.co.uk/2/hi/entertainment/8681410.stm>> Consulta: 12 ago.. 2014

Johns, Adrian. 2010. **Piracy: The Intellectual Property Wars from Gutenberg to Gates**. Chicago: University of Chicago Press.

Katz, Mark. 2004. **Capturing Sound: how technology has changed music**. Los Angeles: University of California Press.

Kernfeld, Barry. 2011. **Pop Song Piracy: Desobedient Music Distribution since 1929**. Chicago: Chicago University Press.

Marshall, Lee. 2004. **The effects of piracy upon the music industry: a case study of bootlegging**. In Media, Cultura and Society. Londres: Sage Publications.

Morton, David. 2000. **Off the Record. The Technology and Culture of Sound recording in America**. Nova Jersey: Rutgers University Press.

Neves, Ezequiel. 1972. “**Bootlegs, a Indústria dos Discos Pirata**”. In: Rolling Stone, n.6, p 18-19.

SCHUKER, Roy. **Vocabulário de música pop**. Hedra, São Paulo, 1999.

TRIVINHO, Eugenio. (1998) **Redes Obliterrações no fim do século**. São Paulo: AnnaBlume/Fapesp.

Vogel, Harold L. 2011. **Entertainment Industry Economics**. Nova Iorque: Cambridge University Press.

PERIÓDICOS:

Rolling Stone, dezembro de 2013, São Paulo. Disponível em: <http://rollingstone.uol.com.br/noticia/iron-maiden-usa-analises-de-pirataria-para-programar-turnes/>