

SIMONE CAMPOS

Mudanças no equilíbrio de poder: o caso Napster

UFRJ – ECO

2004

Mudanças no equilíbrio de poder: o caso Napster

SIMONE CAMPOS

Monografia de conclusão do curso
de Comunicação Social
apresentada ao Departamento de
Jornalismo da ECO/ UFRJ.
Orientador: Professor Paulo Vaz.

Rio de Janeiro, 2º sem. de 2004.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO

FOLHA DE EXAME

Mudanças no equilíbrio de poder: o caso Napster

Simone Campos

Monografia submetida ao corpo docente da Escola de Comunicação Social da Universidade Federal do Rio de Janeiro – ECO/UFRJ, como parte dos requisitos necessários à obtenção do grau de Bacharel.

Banca Examinadora:

Paulo Vaz – Orientador
Professor Adjunto – ECO/UFRJ

João Freire
Professor Adjunto – ECO/UFRJ

Milton Pinto
Professor Adjunto – ECO/UFRJ

Resultado: _____

Conceito: _____

Grau obtido: _____

Rio de Janeiro: ___ / ___ / _____

RESUMO

CAMPOS, Simone. *Mudanças no equilíbrio de poder: o caso Napster*. Orientador: Prof.

Paulo Vaz. Projeto Experimental (Jornalismo), Escola de Comunicação. Rio de Janeiro: ECO/UFRJ, 2004. 64p.

A cobertura jornalística do caso Napster defendeu o usuário ao invés das gravadoras.

O objetivo do trabalho é diagnosticar uma mudança no equilíbrio de poder e como a imprensa participa dela: “informando sobre” e ao mesmo tempo “colaborando para”. Crítica à própria imprensa durante esse processo. Mostrar que as redes P2P (peer-to-peer, “ponto a ponto” ou “de usuário a usuário”) são democráticas, mas nem tanto. Abordagem da história do formato de compressão de áudio MP3 e do programa disseminador de MP3 de maior sucesso, o Napster; do problema de direitos autorais na internet; e da relação entre história da internet e da indústria musical e os conceitos por trás das reportagens sobre o assunto.

Após contextualizar o leitor, o método utilizado para demonstrar o desfavorecimento das posições das gravadoras foi a análise (predominando a análise de discurso) de uma *corpora* de textos da *Folha de São Paulo* e *O Globo*.

Palavras-chave: Napster, poder, mudança, imparcialidade, gravadoras, internet, MP3, indústria fonográfica, direito autoral, análise de discurso, “just browsing”.

AGRADECIMENTOS

Ao moço da Biblioteca Nacional (que deu dicas inestimáveis);
Ao meu orientador (que emprestou os livros certos);
À minha mãe (que foi a primeira a ler o trabalho);
Ao JP (que revisou o meu trabalho e distraiu minhas idéias quando fiquei obcecada).

SUMÁRIO

1.	
Introdução.....	0
1	
2.	
Contextualização.....	0
3	
2.1. A evolução	
tecnológica.....	03
2.1.1. A febre MP3: onde cabe um, cabem	
dez.....	03
2.1.2. A rede peer-to-	
peer.....	04
2.1.3. O caso	
Napster.....	05
2.2. Os erros das	
gravadoras.....	07
2.2.1. Por	
atacado.....	07
2.2.2. Obstruindo o	
novo.....	09
2.2.3. A diluição do	
conhecimento.....	10
2.2.4. O efeito “just	
browsing”.....	12
2.3. O problema dos direitos autorais na	
internet.....	14
2.3.1. O que	
aplicar.....	15
2.3.2. Piratas e	
piratas.....	17

3. A grande mudança de paradigma.....	18
3.1. O indivíduo em rede.....	18
3.2. A imprensa “vira a casaca”	21
3.3. Integrados demais.....	30
4. Conclusão.....	3
5. Bibliografia.....	38

1. Introdução

Como se forma um consenso? Existe mesmo algo chamado de “opinião pública”? O jornalismo é mesmo uma opinião emitida de forma imparcial, sem tomar partidos?

Este último, é claro, é um mito que já está caindo – ao menos nas escolas de Comunicação. Em parte, porque trata-se de uma pergunta clara – e retórica. As outras duas são mais complexas: envolveria saber quem muda de opinião primeiro, quem *puxa o carro* – ou mudam todos ao mesmo tempo de opinião?

Escolhi o caso Napster não por acaso: tratava-se de uma época em que eu lia jornais todos os dias e começava a usar a internet. Toda segunda-feira era dia de caderno *Informáticaetc.* em *O Globo*. Às terças, havia o Arnaldo Jabor; depois, o Mauro Rasi; sexta-feira, o *RioShow* e o *RioFanzine* no meio do *Segundo Caderno*. Era divertido perceber que os colunistas noticiavam o que eu estava concomitantemente descobrindo.

Eu lia o *RioFanzine*, assistia ao programa *AMP* na MTV e descobria um mundo novo de músicas – músicas que jamais chegariam até a minha casa “em carne e osso”, ou seja, em formato de álbum, porque eram caras e mal-distribuídas. Essa revolta surda me fez descobrir o formato de compressão de músicas MP3 em 1998 – tendo perdido a primeira notícia a respeito que saiu em *O Globo*.

Meses de silêncio depois, uma nova reportagem no “mundo real” confirmava o que eu já desconfiava: as gravadoras se mobilizavam para cercar os sites que disponibilizavam músicas em MP3. Este era o motivo de tantos deles estarem sumindo ou com *links* mortos.

Em 1999, comecei a constatar uma triste realidade: as músicas que eu baixara da internet fazia quase um ano estavam tocando nas rádios só então.

Alguma coisa havia de estar errada. Alguém lá em cima estava controlando o acesso ao que eu gostava de uma forma mesquinha, e parecia não admitir que eu gostasse do que eu gostava a não ser que fosse inevitável.

Com o surgimento do programa Napster, que ligava as MP3s de seus usuários dentro de seus próprios computadores para trocas, a popularidade do formato e a ação das gravadoras foram crescendo. A imprensa finalmente parou de fornecer manuais de instrução sobre como passar suas músicas de CDs para MP3s e começou a tratar dos aspectos legais e morais do assunto.

Até então, eu hesitava em usar o Napster: parecia um pouco ilegal demais. Um susto: as reportagens e colunas do caderno *Informáticaetc.* não defendiam as gravadoras, como seria de se esperar, mas... eu! E logo a seguir outra – desta vez do *RioFanzine* – me justificando! E outra - na capa do *Segundo Caderno!*

Eu exultava, mas no fundo, algo me dizia que aqueles jornalistas não deveriam estar na torcida junto comigo. Aquilo só se explicava por um viés: eles também eram usuários do Napster. Eles também sofreram com a distância entre eles e sua música preferida, e mesmo com o salário de jornalista, ao invés de uma mesada como a minha, não eram capazes de comprar todos os discos importados que desejavam.

Acabei rompendo a bolha moral que me dizia que eu não deveria querer demais (ou seja, que o Napster era bom demais para ser verdade e eu já tinha o MP3) e utilizando o Napster. A bolha só se rompeu com a ajuda das colunas que eu lia todos os dias, em todas as seções, e não só em *O Globo*.

2. Contextualização

2.1. A evolução tecnológica

2.1.1. A febre MP3: onde cabe um, cabem dez

No início, a música na rede era sem forma e vazia. Havia o padrão WAV (ou Wave, “onda”), que permitia arquivos com a qualidade de CDs, porém gigantescos; e o padrão RM – muito usado pelas rádios online – pequenos, porém de qualidade ruim.

Inspirado nas tecnologias de compressão de imagens para transmissão via internet, o Instituto Fraunhofer, na Alemanha, desenvolveu em 1993 o padrão de compressão de áudio MP3 (MPEG-3). Enquanto um arquivo WAV de uma música de 5 minutos ocuparia 50 MB, um arquivo MP3 da mesma música custaria ao seu Hard-Drive algo em torno de 5 MB. A fabricante de softwares Nullsoft lançou o primeiro tocador de MP3, o Winamp, em 1997; foi só então que a tecnologia MP3 começou a *pegar*.

No final de 1998, o termo “free music”, que esta usuária esporadicamente experimentava digitar nas ferramentas de procura (Yahoo ou Altavista; na época não existia o Google) desde que começara a freqüentar a internet, começou a dar resultados. Eram encontradas páginas que consistiam essencialmente de puro texto: listas de músicas, fossem em ordem alfabética ou totalmente misturadas, geralmente hospedadas em fornecedores de espaço gratuito. Ao clicar nestes nomes, abria-se a janela para *download* de um arquivo de extensão MP3, perguntando se eu queria mesmo baixar aquele arquivo. A janela permanecia aberta esperando a resposta enquanto se pesquisava novamente, em outra janela do programa navegador, o que era mesmo o tal de MP3 e como colocá-lo para tocar, e descobria-se o Winamp.

Os fornecedores de espaço gratuito para páginas pessoais não gostaram nada daquela folia. Aquilo, além de saturar sua capacidade de operação, pois era muita gente baixando arquivos grandes (comparados aos que eram normalmente trocados pela internet), poderia até acabar em processo por pirataria.

Foi o que pensaram também as grandes gravadoras, sentindo no formato MP3 o potencial de uma grande perda de lucros. E assim, começaram a protestar.

O resultado foi uma marginalização cada vez maior daquele gênero de páginas-listas; mesmo as mais fiéis começaram a apresentar muitos links “mortos”, ou seja, nos quais se clica e não aparece o prometido, apenas a página do navegador informando que o destino não pôde ser encontrado. Apareceram ferramentas específicas de “busca de MP3”, como a Lycos; e, posteriormente, algumas destas ferramentas também foram processadas.

Mesmo através desta forma “primitiva” de se encontrar arquivos MP3, pude conhecer, um ano antes de chegar às rádios, o *hit* “The Rockafeller Skank”, de Fatboy Slim. Foi assim que conheci, também, dezenas de músicas e bandas alternativas que jamais tocavam nas rádios cariocas, tanto quanto a conexão do IG permitia.

2.1.2. A rede peer-to-peer

A internet, como se sabe, surgiu a partir de projetos militares americanos de comunicação segura durante a Guerra Fria. O objetivo era evitar que os EUA perdessem o controle de seu arsenal e garantir a sobrevivência dos sistemas de comunicação em caso de guerra nuclear. O projeto tratava essencialmente de uma rede rizomática, ou seja, uma rede não-hierárquica, onde todos os pontos estariam no mesmo nível. Além disso, desenvolveu-se o sistema de comutação por “pacotes”, pelo qual a informação partiria de um ponto a

outro em unidades mínimas, sendo “desmontada” e “remontada” segundo um protocolo comum. Isso dificultaria a interceptação de mensagens pelo inimigo, pois a captura de pacotes aleatórios, ainda mais sem a “chave”, seria de pouca valia; seria também difícil saber o que interceptar, dada a falta de hierarquia da rede (VAZ, 2001, p. 84-98).

Dos militares, a rede passou às mãos dos acadêmicos. As universidades começaram a implantar sistemas para troca de informações em rede. Naquela época, a rede era simétrica e peer-to-peer; todo computador que entrava na rede podia ser igualmente cliente e servidor. Todo mundo cria, todo mundo usa.

Claro que os protocolos eram bem mais complexos e obscuros que hoje. Quando a internet, a partir de 1994, foi se popularizando, a tendência se reverteu. Era preciso encontrar soluções que facilitassem a vida do usuário médio. Provedores de acesso começaram a cobrar para intermediar a relação entre a rede e o usuário, e a utilizar recursos restritivos como *firewalls*, IP dinâmico e NAT (*Network Address Translation*). Com isso, a internet acabou se tornando uma rede muito menos aberta; a potencialidade contida no fato de cada máquina (e pessoa atrás de máquina) poder tanto dispor de recursos como criá-los, e de responsabilizar-se pelos mesmos, parecia perdida. Tornava-se uma comunicação assimétrica: “muitos clientes, poucos servidores” (ORAM, 2001, p.15). Como na televisão, passava-se a uma comunicação unidirecional (como oposto de bidirecional).

2.1.3. O caso Napster

Os aplicativos peer-to-peer (também chamados P2P, “ponto a ponto” ou “usuário a usuário”) dos anos recentes devolveram o poder às pessoas no sentido de usar os recursos “à margem da internet” como combustível e recurso indispensável, procurando aproveitar

toda a potência de sua máquina e toda a largura de banda pela qual você pagava, anteriormente subutilizada. Seu computador se tornava “promíscuo”, hospedando dados acessíveis por todo o mundo. Novamente, alguns provedores não ficaram felizes com isso, pois contavam com a permanência do modelo do usuário-receptor controlado (ORAM, 2001, p. 33-39).

O Napster era, na verdade, um aplicativo híbrido: o programa era, sim, executado na sua máquina, usando os recursos da mesma para pesquisar, compartilhar, organizar e realizar todas as atividades relativas a arquivos musicais MP3; esta era a parte peer-to-peer. Mas o Napster ainda mantinha pontos centrais de servidores e músicas disponíveis, atualizados constantemente, de sua propriedade. Foi pela existência destes “centros” que conseguiram fechar o Napster.

Bastava que o usuário digitasse o nome da música e/ou do artista para que os arquivos correspondentes de posse de outros usuários fossem-lhe listados. Com dois cliques, o Napster já começava a conexão para baixar o arquivo.

O Napster era um passo gigantesco à frente das páginas-listas, pois se as abnegadas almas que convertiam seus CDs para MP3s e ainda tinham o trabalho de confeccionar as páginas já eram muitas, imagine quantas não se dispunham a simplesmente deixar disponíveis as músicas enquanto navegavam à procura de outras. O Napster já vinha configurado para compartilhar a pasta de músicas recém-baixadas, ou seja, o usuário só teria trabalho se *não* quisesse compartilhar suas músicas.

Desde que os usuários do Napster sejam capazes de localizar as músicas desejadas, eles continuarão a participar do sistema, mesmo que as pessoas que transfiram música por *download* nele não sejam as mesmas que transfiram músicas por upload. E desde que mesmo uma pequena porção dos usuários aceite essa barganha, o sistema crescerá e chamará mais usuários, que por sua vez trarão mais músicas. (*Ibid.*, p. 36)

Ainda, o fato de eu copiar de você um MP3 não o extingue; eu não o *tiro* de você; o MP3 se *multiplica*. O princípio que rege o Napster, como um todo, é o da “aparência positiva”, termo econômico para um benefício que não lhe custa nada a mais para beneficiar, também, o outro. É como plantar uma árvore que faz sombra quase o dia todo no seu gramado e, parte do dia, no gramado de seu vizinho (*Ibid.*, p. 36).

O mundo musical que o Napster nos sugeria era como um rodízio variado: entre e coma tudo o que conseguir. Parecia melhor que o restaurante-a-quilo sem variedade e sem sobremesa das gravadoras.

2.2. Os erros das gravadoras

2.2.1. Por atacado

A música pop é produzida para o consumo em massa; quanto mais cópias, mais barata fica para as gravadoras a unidade. Com estes pressupostos, não é difícil entender como a tendência é a transnacionalização, cartelização e concentração de recursos e poder nas mãos de grandes gravadoras. Eis as cinco conhecidas como “majors”: Warner Music (EUA), Sony Music (Japão), BMG (Alemanha), EMI (Reino Unido) e Universal (França).

Há muito tempo, a música tem sido aprisionada em seus esquemas. Álbuns caros financiam uma divulgação cada vez mais dispendiosa, para vender artistas cada vez mais fabricados em todos os aspectos. As rádios recebem tanto dinheiro (o *jabá*) para promover e executar músicas de determinadas bandas que acaba não sobrando espaço para os novos e alternativos. No terceiro mundo, a incidência nestes vícios é maior, com um agravante: os álbuns são distribuídos apenas onde a matriz julga haver possibilidade de lucro, e a desvalorização das moedas terceiro-mundistas contribui para que aqui seja lançado ou o

“pop do momento” ou o “já extremamente consagrado”. Sem espaço para novas consagrações, mesmo as de artistas nacionais.

As gravadoras queriam acabar com o Napster supostamente porque ele estaria diminuindo a venda de CDs. Tantas pesquisas contraditórias foram publicadas que é difícil determinar se isto é ou não verdade. O fato é que não era este o maior medo. As gravadoras não queriam, na verdade, era perder o monopólio dos canais de distribuição e sua grande margem de lucro ao vender CDs por US\$ 15 / R\$ 25.

Um dos reverses era ter que passar a cobrar “por música”, não “por pacote”. À primeira vista, a compra “por atacado” poderia parecer mais vantajosa do que a de “varejo”. Porém, isso cancelaria a malandragem das gravadoras de colocar apenas uma ou duas músicas boas em cada álbum (especialmente coletâneas), obrigando a pessoa a pagar por conjuntos de 12 músicas quando, na verdade, só estava comprando uma ou duas de cada vez.

Com o MP3, a unidade passou a ser a música, não o álbum. Um grupo mediano que desse a sorte de ter uma música de sucesso (o *one hit wonder*) não venderia mais tão bem um CD com outras 11 músicas inúteis. Pirateado, seu próximo CD poderia ser ouvido com antecedência na internet; e se nenhuma música prestasse, seria um fracasso de vendas. As gravadoras perderam a vantagem do “segredo do produto”. Recorrendo à lógica, na prática isso significa que a música boa vai vender até mais – mas a ruim vai vender menos.

Como as gravadoras concentram seus esforços de marketing pesado em promover poucos grupos de cada vez e apostam que seu sucesso durará o suficiente para enriquecê-las (quanto mais duradouro, mais lucrativo), este “segredo do produto” era um de seus trunfos. Ao anunciar maciçamente um novo CD do grupo X, elas esperavam que o fã o reservasse

na loja com antecedência ou fizesse fila na porta da loja no dia do lançamento – ou seja, comprasse sem escutar. Não contavam com que o fã escutasse antes, concluísse que o som do grupo X estava muito ruim e decidisse *não* comprar o CD.

Por isso, toda a estratégia teria de ser reformulada, algo como permitir que os amantes de música ouvissem as músicas com antecedência para então determinar onde concentrar os esforços de marketing. Ou simplesmente abrir mão de um lucro absurdo e apostar em talentos mais diversificados – que é exatamente a estratégia das chamadas “pequenas gravadoras” e “selos independentes”.

2.2.2. Obstruindo o novo

É preciso recordar que, já na época do lançamento da fita cassete de áudio, as gravadoras procuraram obstruir a então nova tecnologia (BANDEIRA, 2004, p. 190), que estimularia o que chamam de pirataria. De fato, muitos melômanos começaram a trocar fitas cassete gravadas de LPs e, posteriormente, de CDs. Isso podia acontecer dentro de uma rede de “amigos”, ou, caso seja um exagero usar essa palavra, digamos “pessoas com gostos próximos” (que poderiam se encontrar em boates, lojas de disco e afins), na base do *conhece alguém que tenha esse disco?* e, geralmente, na troca de figurinhas (trocando um álbum gravado em fita por outro). E, quem sabe, poderia começar aí uma amizade musical.

Com o formato MP3 e o Napster, o princípio é o mesmo. Só que esta rede de “amigos” tornou-se virtualmente infinita e, logo, também a disponibilidade das músicas. E, ainda por cima, com qualidade sonora de CD.

Também como na troca de fitas, o objetivo de alguns usuários era “provar” o produto musical – ouvir o álbum com calma para decidir se vale a pena comprá-lo, até

porque os produtos musicais andam cada vez mais caros. Mas boa parte, como dizem Oberholzer e Strumpf (2004, p.3 e 4), trata-se de gente que normalmente não compraria (ou, acrescento eu, não poderia comprar) um álbum e está baixando música simplesmente porque está disponível.

Outros desejam montar os próprios CDs com as músicas que bem escolherem, o que também entra no movimento geral de desalienação que o Napster provocou/fez parte. Antes, a presença de uma música boa obrigava a comprar um CD com outras dezenove ruins. Não existia a personalização: um CD das “Melhores Músicas” de um artista podia passar longe das que você julgasse mesmo as melhores. Eram as “Melhores” sabe-se lá na opinião de quem – do advogado da gravadora? Montar um CD com músicas variadas para a namorada, como antes se montavam fitinhas cassete, passou a ser outra opção (exceto para os mais românticos). Enfim, o CD caseiro é um produto com a cara do indivíduo e não um produto alienado, massificado, uma dentre milhares de cópias produzidas em série (RÓNAI, 2001e). É uma aplicação do lema (ciber)punk *do it yourself* (ou “faça você mesmo”) (BANDEIRA, 2004, p. 67).

Sem contar que o fato de haver um dono dos meios – não os de produção, mas os de divulgação – afastou o produtor e o consumidor. O Napster e outros sites de divulgação de música como o *MP3.com* voltaram a juntar estas pontas.

2.2.3. A diluição do conhecimento

“Os ouvintes pedem as músicas dos grupos que viram na TV, os temas das novelas, as músicas que tocam nas festas e nos shows que freqüentam nos seus bairros. Será que na

TV, nas novelas, nas festas da periferia também existe jabá? Não acredito.” (CAMPOS, 1999).

Estas frases estão num box dentro de uma matéria que é suíte à capa do *Segundo Caderno* noticiando um debate no auditório de *O Globo: Música, a hora da renovação*. A matéria original era polêmica e percebe-se que provocou (outro) debate, que por sua vez causou a suíte. Rubens Campos, o autor do referido box e Diretor de Mercado do Sistema Globo de Rádio, defende basicamente que sua(s) rádio(s) não trabalha(m) com jabá; só toca(m) o que o público quer ouvir.

Isto, por sua vez, toca naquele velho debate sobre meios de comunicação de massa travado entre aqueles que Umberto Eco chamou de *Apocalípticos e Integrados* (ECO, 2000): a TV passa o que o povo gosta ou o povo gosta porque a TV passa?

A música é uma forma de arte. Estrangulada pelas gravadoras, o acesso proporcional era cada vez mais restrito às elites de todo o mundo, exceto pelo pop pré-fabricado. Só a elite (e alguns dedicados melômanos de classe média) conseguiam saber o que de *sublime* estava sendo feito. Ora, até a música pop precisa se reciclar... E é exatamente do sublime que ela tira a sua inspiração. Os produtores de pop foram escasseando, pois a elite costuma ter na música apenas um hobby, um fundo para jantares e desregramentos maiores, e os pobres, que são os que têm na música, às vezes, a única fonte de renda e esperança para vencer na vida - é só pensar de onde vieram os últimos mega-astros, Madonna e Michael Jackson, assim como suas inspirações mais latentes, rap, funk e R&B – não tinham dinheiro para o produto mais raro e caro das gravadoras. Se compravam algum disco, era usado - ou seja, já datado – ou o mais barato: exatamente o pop de R\$ 9,99 nas Lojas Americanas, mais barato por sua produção em massa. Se ouviam rádio, o jabá

generalizado nas FMs só lhes levava aos ouvidos a mesmíssima coisa re-re-reaproveitada. Não demorou até a preguiça auditiva se instalar de vez, e hoje nada de diferente é sequer tolerado pelos ouvintes de rádio, ao menos pelo brasileiro.

O resultado é (ou era) uma música cada vez mais “homeopática”: a cópia da cópia da cópia, numa desfiguração do gosto que parece (parecia) entropicamente irreversível. O MP3, o Napster e as pequenas gravadoras podem ajudar o pop a encontrar seu “caminho do meio”: lucrativo e inteligente.

2.2.4. O efeito “just browsing”

O Napster chegou de manso, permitindo que o indivíduo de classe média baixa acessasse os produtos culturais antes fora do seu alcance - no computador do trabalho (antes das *firewalls* descobrirem porque a rede estava tão lenta) ou em casa, deixando o computador ligado entre a meia-noite e as seis da manhã, em pulso único, via provedor gratuito. Primeiro, ele tenta montar uma biblioteca musical de tudo o que já escutou e gostou na vida – ou seja, daquilo que conhece. Feito isso, procura músicas do mesmo grupo – menos comerciais -, e, a seguir, grupos similares; baixa, às vezes, canções desconhecidas - por impulso ou porque o título pareceu-lhe interessante ou exótico. Ele recomenda e ouve recomendações de outras pessoas; pede a seu amigo mais rico que grave um CD para ele; este CD toca numa festa. Mais pessoas se interessam, outras não gostam; o assunto entra na conversa... e assim por diante.

Muitos escritores (Jorge Luis Borges é um deles) contam que passaram a ler, e posteriormente, a escrever, porque viviam numa casa cheia de livros. Num dia de chuva, aproximaram-se da biblioteca, abriram um livro e nunca mais pararam, porque se

encontraram lá dentro. Nem todo mundo que vive numa casa de livros torna-se escritor, mas será que, sem a casa cheia de livros e o dia de chuva, o escritor teria a erudição necessária e principalmente o *insight* de tornar-se o que se tornou?

Disponibilidade gera produção que gera disponibilidade.

Porém, o alcance deste tipo de biblioteca é limitado: somente filhos talentosos de pais ricos e literatos que ficassem presos em casa em dia de chuva seriam afetados por esta probabilidade remota. Uma vez aplicado, o conceito de hipertexto de Ted Nelson (*apud*. VAZ, 2001, p.87) - um texto de limites e materialidade indefinida, cujos limites seriam dados pela curiosidade do leitor – afeta não só a capacidade de compreensão do leitor como também sua capacidade de comprometimento. Esta capacidade de comprometimento de certa forma diminui: o leitor tende a concentrar-se e aprofundar-se em alguns assuntos que realmente o interessam e desprezar os que não o interessam. Porém, é possível que o leitor nem saiba ao certo *o que o interessa* até começar a usar o hipertexto: descobrirá, talvez, ao longo da leitura.

É o que chamo de efeito “just browsing”. O verbo inglês *to browse* significa, numa tradução livre, “passar olhando”. Quando se entra numa loja para verificar o que está nas gôndolas e a vendedora pergunta se pode ajudar, a resposta mais comum é “I’m just browsing” (ou “Estou só dando uma olhada”). Não é à toa que os programas de navegação (outra denominação interessante) na internet se chamam *browsers*. A presença de um crescente oceano de informações que, como se sabe, ninguém jamais conseguirá absorver de todo faz com que todos acabem navegando com uma absoluta *falta de compromisso*, perdendo-se propositadamente na informação como consumidores num shopping center; pegando um bem cultural aqui e ali, colocando de volta na prateleira, até achar algo que

realmente interesse. *Ei, nunca fomos por aqui.* Não custa lembrar que foi assim que acharam a América.

Diz-se, é claro, à boca pequena, que Colombo já sabia, ou tinha uma noção de que havia *alguma coisa* lá, no além-mar, no meio do caminho até as Índias, e foi por isso que, em vez de seguir a costa da África, discretamente virou o leme para estibordo. Esperança? Sede de conhecimento? Vontade de se encontrar, quem sabe? Só se sabe que muitos entram na internet com essa secreta disposição: esbarrar na *sua* América. O Napster foi a América de muita gente. Mas:

Sempre pensamos que as coisas estavam esperando passivamente sua descoberta, mais ou menos da forma como se imagina a América à espera de Colombo. Mas não é assim. No momento em que o sujeito descobre o objeto – seja um “índio” ou um “vírus” – o objeto faz uma descoberta reversível, mas nunca inocente, do sujeito. Mais do que isso – trata-se realmente de uma espécie de invenção do sujeito pelo objeto inventado (BAUDRILLARD, p.82, 2001).

Ou seja, ao mesmo tempo, o Napster também *descobriu* o consumidor digital de música. Com o barulho que fizeram as gravadoras e o destaque dado ao assunto na imprensa, o que aconteceu foi que milhares de novatos, usuários leves/espórâdicos de internet, não só engrossaram a rede do Napster como passaram a discutir a falta de escrúpulos da indústria musical; como diz Cora Rónai:

“Ao abrir o processo contra o Napster, ela [a RIAA (*Recording Industry Association of America*, a associação das gravadoras americanas)] pôs em evidência um sistema que, até então, era conhecido apenas por meia dúzia de internautas radicais. (RÓNAI, 2001)”.

“[As gravadoras] chamaram a atenção do mundo inteiro para as suas práticas abusivas, sua ganância, seu desprezo pelo consumidor e – last but not least – sua infindável burrice cultural e tecnológica. (RÓNAI, 2002).”.

2.3. O problema dos direitos autorais na internet

2.3.1. O que aplicar

Mas o que eles [a RIAA e as gravadoras] podem fazer? Nada, eu diria. O Napster está legalmente a salvo deles, porque nenhum material com direitos autorais está, de fato, guardado no site. E não há qualquer maneira prática de processar a multidão que já tornou mais de 380 mil músicas disponíveis ali. (BARLOW, 2000)

Foi dito que o Napster possuía “centrais de índices de arquivos”, e que fora isto, era totalmente executado nas máquinas de seus clientes. As gravadoras só conseguiram fechá-lo pela existência destas centrais. A outra opção seria processar o usuário individualmente, o que acabou sendo tentado depois que saíram novos programas de tecnologia semelhante, desta vez, muito vivos, com outras formas de indexação de arquivos à prova de processos.

A questão do direito autoral é muito complicada. O direito autoral foi criado no século retrasado para proteger os direitos do produtor/compositor/intérprete de música, associando os seus nomes à composição e prevendo medidas de punição para os espertalhões que tentassem vender o do outro como seu.

Hoje, a legislação de direito autoral virou uma ferramenta de opressão do amante de música nas mãos de pessoas que nem sequer são os produtores/compositores/intérpretes – são tão somente *donos* da música.

Existe a corrente que defende a aplicação do *fair use*, uma conquista do consumidor da época do lançamento do videocassete, ao Napster e afins. O *fair use* passou a designar princípios justos de utilização do que é de minha propriedade, daquilo por que paguei; é o direito de fazer uma cópia de segurança de cada produto adquirido (o que se aplica ao caso de programas de computador), de utilizar o videocassete e uma fita de vídeo para gravar um programa de TV e manter esta cópia *para uso pessoal*. Claro que, ao informar ao programa

Napster que uma pasta com músicas está disponível para *downloads* por parte de outros usuários, você estaria infringindo a acepção de “uso pessoal”, ou ainda, fazendo “distribuição” do arquivo (termo da legislação brasileira). Alguns, porém, defendiam que não; o infrator efetivo de direito autoral, se é que havia, era a pessoa que baixava o arquivo de você, pois só então seria realmente feita uma cópia.

Outra corrente, evidentemente a seguida (ou liderada) pelas gravadoras, defendia a aplicação pura e maciça dos princípios do direito autoral ao meio virtual. Ou seja, ao disponibilizar e/ou efetuar uma cópia virtual de material protegido por *copyright*, torno-me um criminoso e devo ser punido. Afinal, a legislação, pelo menos a brasileira, fala também em *meios que ainda venham a ser criados* (e bem o foram). O difícil é determinar, caçar e punir este suposto criminoso, porque (i) os sistemas de trocas de arquivos tornam-se cada vez mais complexos e (ii) na prática, tratar-se-ia de punir uma grande parte dos próprios consumidores das gravadoras.

Há ainda outra corrente que alega que o *fair use* formou uma jurisprudência de que novas tecnologias não seriam consideradas infratoras a não ser que *não* houvesse “*potencial para um uso substancialmente não-infrator*” (LESSIG, 2001, p.195). O Napster apresentava este potencial. Dizia-se que

(...) o importante não é um usuário poder pegar a música mais nova da Madonna de graça; é poder encontrar uma gravação da banda do baterista de jazz de Nova Orleans Jason Marsalis tocando ‘There’s a Thing Called Rhythm’.² (*Ibid*, p.131).

O Napster foi fechado apesar de apresentar este potencial, denunciando um lobby fortíssimo das gravadoras, e que sua preocupação não era só com o prejuízo do material

¹ Tradução livre do trecho: “(...) *potential for a substantial noninfringing use*”.

² Tradução livre do trecho: “The important fact is not that a user can get Madonna’s latest song for free; it is that one can find a recording of New Orleans jazz drummer Jason Marsali’s band playing ‘There’s a Thing Called Rhythm’”.

pop e recente, mas com a perda do monopólio sobre nossos ouvidos. O Napster significava opção.

Gilberto Gil, atual Ministro da Cultura, sugere um modelo de direito autoral pioneiro. Segundo o modelo, o artista poderia anexar à sua obra a frase "alguns direitos reservados" e "nenhum direito reservado", além da já existente "todos os direitos reservados", conforme sua vontade. Claro que isso seria mais fácil para os iniciantes. O próprio Gil enfrentou dificuldades junto à sua gravadora, Warner, quando "deu o exemplo", ou seja, liberou sua música *Oslodum* para ser copiada, modificada e redistribuída gratuitamente (NUNES, 2004; CRESPO, 2004).

2.3.2. Piratas e piratas

"Você está dando aval para ladrão que põe no bolso R\$ 100 milhões anual, Otto." (MIGUEL, 1999b). A frase é de Torcuato Mariano, então diretor artístico da EMI, respondendo ao cantor e compositor Otto, que dava carta branca para piratearem seu disco, se o preço fosse o problema.

O pirata de R\$ 100 milhões anuais está vendendo música, filmes e software fabricados na China e contrabandeados pelo Paraguai através de suas "sucursais" na Uruguaiana e Rio Branco - aquelas que gritam no ouvido dos passantes: "Uíndows xispê!" ou "Kíu Bíu!" e apanham da polícia.

Quem baixou música pelo Napster não era o pirata de R\$ 100 milhões anuais. Era o amante de música, o consumidor das gravadoras. Ele queria uma mídia prática, organizável, que não ocupasse espaço nem empoeirasse, que não custasse exorbitantemente caro, que

não o obrigasse à compra de um lote fixo com apenas uma música excelente, duas boas e onze enche-lingüiça. A gravadora negou-lhe este produto.

É malicioso fazer da história um saco de gatos e chamar todo mundo de criminoso. Levando para o campo das drogas, é como se o garoto que cheira cola na esquina fosse a mesma coisa que um narcotraficante totalmente a salvo das mãos da Justiça porque pode comprar quem quer que seja. É cômodo perseguir o peixe pequeno.

Não podemos deixar de reconhecer que realmente a pirataria produz efeito deletério no grande mercado (...). Por outro lado, é preciso deixar bem claro que subsiste outra situação eminentemente ilegal no mercado, comparável à pirataria, mas muito mais grave do ponto de vista cultural: a manipulação do talento musical brasileiro praticada pelas grandes gravadoras estabelecidas. (GUEIROS, 1999)

3. A grande mudança de paradigma

3.1. O indivíduo em rede

É fundamental notar que, embutido no Napster, existia um chat inter-usuário. Enquanto muitos utilizavam-no para “teclar”, ou seja, paquerar online, outros amantes, os da música, começaram a procurar pessoas com gostos similares. Ou seja, se você está baixando a música do grupo Bardo Pond de mim, certamente você ou gosta deles, ou está conhecendo agora, ou deseja conhecê-los; posso clicar no seu nome e entabular uma conversa sobre a experiência. O diálogo mais freqüente girava em torno de “sabe onde posso conseguir mais músicas deste grupo?”. De qualquer forma, estas conversas podiam, ou não, levar à montagem de uma rede de fãs, de um fórum, de um *fansite* (aspectos estes exemplarmente explorados pelo Orkut, sistema mais recente no qual não vamos nos aprofundar).

O tema da sanha de lucro das gravadoras era mais subliminar. Quer dizer, se você estava no Napster, obviamente não estava satisfeito com os rumos da “indústria musical”. Já existia, como dissemos, a idéia-consenso de que as gravadoras não amavam a música: apenas a exploravam, transformando-a num produto, industrializando-a, exigindo uma “produtividade” (expressa em vendas de álbuns, ingressos de shows, um álbum a cada ano etc.) a golpes de chicote. Com isso, é claro, não exploravam apenas a música, mas a todos que amavam e viviam da música. Esse consenso gerou uma antipatia que, catalisada entre a comunidade P2P a cada medida castradora das gravadoras, acabou se transformando numa espécie de ódio.

Eis a questão: quando o entusiasta da música percebeu que, como ele, muita gente (e cada vez mais gente, pois o número de usuários aumentava a olhos vistos) estava insatisfeita, ele concluiu que *as gravadoras é que estavam erradas*. O usuário perdeu sua timidez ao constatar-se *massa* (FREUD, 1974, p. 96 e 97), uma massa com os mesmos interesses, conectada através de um sistema tecnológico revolucionário e voltada para um mesmo ideal quase romântico. O Napster virou uma desobediência civil globalizada (THOREAU, 1876). O senso de responsabilidade de cada indivíduo enfraqueceu: sim, parecia com roubar música, mas as gravadoras não podem processar a todos nós, simplesmente porque precisam de nós – como consumidores³. Nem os artistas poderiam reclamar, pois isto os tornaria impopulares⁴. Seria um tiro no pé.

³ Ironicamente, isto acabou acontecendo. A RIAA processou usuários da rede peer-to-peer de vários programas inspirados no Napster, selecionados a partir de sorteio. Um deles foi uma menina de 12 anos, Brianna LaHara, que alegou pensar que se tratava de um serviço incluído no seu provedor de serviços de internet. (PIROPO, 2003).

⁴ Isto também acabou acontecendo. O primeiro e mais famoso caso foi o do grupo Metallica, que conseguiu perder milhares de fãs da noite para o dia.

Parecia justo - e genial. Tanto que a comparação do Napster e de seus usuários com Robin Hood - o ladrão que roubava dos ricos para dar para os pobres - tornou-se popular até mesmo na imprensa:

“Para McGuinn, Fanning e seus fãs, Napster e os napsterianos são a mais nova versão de Robin Hood: roubam dos ricos para dar aos pobres. E Ulrich não quer ser considerado um xerife de Nottingham (...)”⁵. (YANAKIEW, 2000)”

Foi nesta época que os álbuns começaram a surgir na rede do Napster no dia do seu lançamento. Depois, apareciam *antes* do lançamento - para desespero dos departamentos de marketing das gravadoras, cujas estratégias de lançamento, até então, pareciam funcionar tão bem. A imprensa não se furtava a divulgar estes vazamentos. Um exemplo numa nota da Folha de São Paulo:

Novo disco de Madonna está no Napster. As dez músicas do álbum "Music", da popstar norte-americana Madonna, foram pirateadas e estão disponíveis para *download* gratuito por meio do software Napster (<http://www.napster.com/>). O lançamento do disco está previsto para o próximo dia 18. (2000n)

Pois o grupo da rede do Napster era um grupo sem líder, rizomático como a rede peer-to-peer, até despontarem, na imprensa especializada, colunistas e repórteres de informática, cultura e música que exprimiram estas sensações hollywoodianas: ser fora-da-lei, levemente *hacker*, estar na vanguarda lutando contra poderosos inimigos corporativos. Formadores de opinião referiram-se a Shawn Fanning como Príncipe dos Ladrões e *avisarem* aos fãs de Madonna que eles já podiam ir buscar o novo álbum no Napster são apenas amostras de um apoio quase incondicional ao Napster e ao seu idealizador, como demonstraremos no próximo capítulo.

⁵ “Ulrich” é um dos componentes do citado grupo musical Metallica.

As gravadoras cometeram, com tudo isso, um erro que foi inclusive muito apontado pela imprensa e analistas especializados. Ao invés de aproveitar a oportunidade para mudar a imagem, agindo para providenciar uma forma de compartilhamento de música digital que lhes parecesse satisfatória e razoavelmente lucrativa e mapeando a preferência mundial do consumidor de música a custo quase zero (como sugere RÓNAI, 2003e), o que fizeram? Exerceram seus poderes (que já estavam mais que demonstrados) de forma maciça até encerrar o Napster e proporcionar, para esse *grupo* que já possuía até *líderes*, um *mártir*: Shawn Fanning, criador do Napster⁶.

Aliás, foi assim que o cristianismo começou a pegar. As gravadoras, bem como seus estrategistas e advogados, aparentemente não se lembraram disso.

3.2. A imprensa “vira a casaca”

Talvez o Napster não tivesse caminhado tão bem se os jornalistas de informática e música não tivessem acentuado tanto o serviço que as leis de direitos autorais deveriam prestar à sociedade; defendido tão veementemente a liberdade de expressão; e atacado tão duramente as gravadoras. Para defendê-las, sobrou apenas a seção de Economia.

Esta pesquisa, motivada pela hipótese de que a imprensa participou da mudança do equilíbrio de poder, consistiu de busca por termos-chaves no arquivo de dois grandes jornais das duas metrópoles nacionais: *O Globo* (Rio de Janeiro) e *Folha de São Paulo* (São Paulo). Os termos utilizados foram “MP3” e “Napster”; utilizei a edição online da *Folha* e a impressa de *O Globo*. Assim se constituiu um *corpus* de textos observado

⁶ É preciso notar que Fanning não se converteu em mártir de fato, pois entrou posteriormente em acordo com as gravadoras e relançou o Napster como um serviço pago.

predominantemente sob o foco da análise de discurso (PINTO, 2002; FAIRCLOUGH, 2001).

Começemos por uma “linha do tempo”. Em 1998, o mais comum eram reportagens sobre o novo formato de compressão de arquivos chamado MP3, com instruções de instalação e operação; em 1999, já surgiam alertas contra a pirataria e/ou pedia-se “cuidado” com os direitos autorais; em 2000, o Napster foi apresentado como grande novidade, e, na segunda metade do ano, foi arduamente defendido quando começaram a tentar extingui-lo; ainda em 2000 e em 2001, muitos choraram o fim do Napster, seu acordo com a gravadora Bertelsmann e o início da cobrança de tarifas. Em 2001/2, muitos diziam ainda que o fim do Napster significou pouco, pois então os usuários já estariam acostumados a baixar músicas grátis pela internet e as gravadoras já teriam perdido seu monopólio.

Nada quanto o caso Napster tornou mais patente que uma notícia boa para as editorias de informática e música pode ser uma péssima notícia para a editoria de economia.

Em duas colunas de Economia, Joelmir Beting referiu-se ao MP3 como *programa* e *software*. O termo MP3 pode designar um “formato de arquivo” e/ou “algoritmo de compressão”, quando muito um “*website*” (chamado *MP3.com*), mas nunca um “programa” de computador. Beting também martelava incessantemente os termos “pirata” e “pirataria”, colocando de maneira indubitável no mesmo saco o usuário de MP3/Napster e o pirata profissional, como desejavam as gravadoras. Finalmente, Beting apresentava de forma dramática o fato das gravadoras estarem perdendo dinheiro com a pirataria em trechos

como: “O programa [*sic*] MP3, que espalha música digital *downloaded* pela internet, coloca de joelhos todos os gigantes da indústria fonográfica. De resto, já abalados pela pirataria física de CDs, DVDs e vídeos musicais. (BETING, 1999b)”. Parecia o caso de um completo relaxamento na pesquisa de um tema e assimilação robótica de *releases* da indústria fonográfica.

Aliás, “indústria fonográfica”, entre outros termos, virou uma espécie de conceito-fetiche (ECO, 2000, p.11) dos jornalistas que eram, ao contrário de Beting, apocalípticos das gravadoras e integrados do Napster. O conjunto das grandes empresas que atuam como distribuidoras, produtoras e divulgadoras dos artistas em grande escala, principalmente neste contexto de empresas anti-Napster e anti-MP3, foram chamadas de “as gravadoras”; “a RIAA”; “a indústria fonográfica”; “a indústria do disco”; “indústria da música”; “as companhias”; “as entidades”. Nomes em parte empregados por já serem consagrados e por falta de denominação melhor, mas também com certa malícia. Sabendo-se que uma empresa sozinha já tem como objetivo o lucro, e que uma “grande empresa” ou “corporação” fabrica na mente do receptor uma imagem impessoal, apresentar o conjunto de grandes empresas agrupado como um conglomerado em torno dos mesmos interesses econômicos torna a impressão final muito antipática e opressora. A “indústria da música” aparece como uma espécie de rolo compressor descomunal que derruba a tudo e a todos numa busca imoral por lucro, inclusive – novamente os apocalípticos de Eco – pasteurizando os gostos, engessando a distribuição, nivelando a qualidade por baixo para atingir maiores audiências, contratando os melhores advogados, utilizando-se das entrelinhas das legislações e assim por diante. Uma coisa é certa: inocente ou não, a

utilização destes termos facilita ao receptor aderir à causa do jornalista e vestir a camisa adversária a estas entidades.

Se isto já não parece inocente, a escolha de palavras quando o formato MP3 e o Napster começaram a ser objeto de preocupação e medidas das gravadoras é bem semelhante ao caso das notícias sobre o tráfico no Rio de Janeiro (PINTO, 2003): delinea dois lados e utiliza imagens estilísticas que sugerem uma guerra entre eles – e com isto, não estaria a imprensa contribuindo para que se agisse efetivamente como numa guerra? Com as devidas medidas drásticas, arroubos, decisões impensadas, partidarismos, reacionarismos e defesas dos mesmos com a justificativa de tratar-se, enfim, de um “estado de guerra”?

O fato é que no afã de tornar a notícia emocionante e apelativa (no sentido de “possuir apelo”) ao espectador, os jornalistas fazem com que muitas imagens se desgastem de tão marteladas, além de causar paradoxos/atos falhos que beiram o risível. Existe a “guerra contra a AIDS” (uma desgraça contra outra...), a “luta contra a fome” (um soco no estômago não ajuda em nada), o estádio de futebol descrito como “campo de batalha” e por aí vai.

Para demonstrar a verdadeira onipresença das metáforas de guerra e violência, computei o número de aparições de palavras relacionadas ao assunto no *corpus*:

- violento/violação/derivados do verbo violar e violentar: 20
- ameaça/derivados do verbo ameaçar: 19
- guerra/derivados do verbo guerrear: 17, sendo 3 vezes “guerra civil” e 5 em títulos e subtítulos
- revolução/derivados do verbo revolucionar: 16
- batalha/derivados do verbo batalhar: 13

- defesa/derivados do verbo defender: 13
- combate/derivados do verbo combater: 11
- ataque/derivados do verbo atacar: 10
- luta/derivados do verbo lutar: 10
- reação/derivados do verbo reagir: 10
- inimigo: 9
- morte/morto/derivados do verbo matar: 9
- lado: 8
- briga/derivados do verbo brigar: 6
- golpe/derivados do verbo golpear: 6
- medo/temor/derivados do verbo temer: 6
- força/derivados do verbo forçar: 5
- destruição/derivados do verbo destruir: 4
- divisão/derivados do verbo dividir: 4
- invasão/derivados do verbo invadir: 4
- vilão: 4
- alvo: 3
- arma: 3
- bomba/derivados do verbo bombardear: 3
- ferida/derivados do verbo ferir: 3
- terror/terrorismo/derivados do verbo aterrorizar: 3
- anti: 2
- assalto/derivados do verbo assaltar: 2

- atirar/tiro no pé: 2
- bélico/beligerância: 2
- conflito: 2
- derivados do verbo capturar: 2
- discórdia/discordância/derivados do verbo discordar: 2
- eliminar: 2
- explosivo/derivados do verbo explodir: 2
- fúria: 2
- guerrilha: 2
- hostil/derivados do verbo hostilizar: 2
- massacrar: 2
- “pau em”: 2
- pavor/derivados do verbo apavorar: 2
- oposto/oposição/derivados do verbo opor: 2

Com uma aparição apenas, as expressões “vale tudo”, “risca-faca”, “peso-pesado” e “calcanhar-de-aquiles” e os termos: adversário, afundar, arrebentar, arrombar, assassinato, atrito, atingir, batalhão, baixa, bravo, caçada, canibalizar, contundente, derrotar, derrubar, desafio, detonar, enfrentar, espancar, estopim, exército, front, holocausto, investida, liquidar, mira, opositor, pânico, racha, rebeldia, render-se, resistência, sucumbir, trucidados, vingue-se e vítima.

Embora não contabilizada, foi marcante também a presença da metáfora do “jogo”. Também impressionou a abrangência com que era utilizada: em todas as editorias, de

economia a música, especialmente no “parágrafo de contextualização” do leitor de forma similar a “o que está em jogo é...”.

O repórter Alexandre Versignassi tinha preferência por uma certa metáfora esportiva: chamava as gravadoras de cartolas e comparava os artistas que defendem a posição das gravadoras a jogadores de futebol que são contra o passe livre (2000g).

Ele também explicitou outra metáfora comum: a medieval. Chamando os agentes da lei a serviço da causa das gravadoras de “meganhas” e Lars Ulrich de “bicha véia”, diz que na hipótese de os advogados de Lars ganharem a causa, os “meganhas” arrebentariam o maquinário das centrais do Napster “naquele estilo medieval que lhes é peculiar.” (2000a).

Shawn e seu programa Napster foram chamados de Robin Hood, como já dissemos (YANAKIEW, 2000); Cristina de Luca intitula duas notas sobre MP3 em sua coluna “As Últimas” de “A cruzada MP3” e “A inquisição MP3”. Ambas, como se sabe, são movimentos da Igreja Católica; enquanto o primeiro goza de uma reputação aventureira e intrépida (embora questionada por muitos historiadores), o segundo é o exemplo a que todos recorrem quando querem falar sobre intolerância religiosa (ou mesmo da intolerância em geral). “A cruzada MP3 continua a ganhar a adesão de pesos-pesados da Web”, diz a primeira nota (1999a), que evoca uma imagem de Mike Tyson mordendo a orelha de um árabe em nome da fé cristã e, novamente, de *guerra e luta*. A cruzada “continua a receber” adesões, o que implica que já recebeu e que a colunista crê ser um movimento contínuo, que não há de parar. Lembremos que as Cruzadas foram ondas contínuas de tentativa de retomada de Jerusalém que duraram mais de um século. Já a Inquisição “fez mais duas vítimas” (1999b); a colunista ironiza o *motivo* do processo sobre duas ferramentas de busca de MP3 adicionando-lhe o adjetivo “peculiar”. Ou seja, tratar-se-ia de uma perseguição

injustificada e criminosa promovida por uma grande instituição poderosa – no caso, não a Igreja Católica; a IFPI (Federação Internacional da Indústria Fonográfica).

Outra imagem relativamente comum é a de Davi e Golias, mesmo que indiretamente. Frequentemente eram apresentados os “lados” opostos: de um lado, um garoto de apenas 19 anos, universitário de família pobre, e do outro, megacorporações gigantescas. A insistência nas palavras gigante, gigantesco, colossal, mega etc. para se referir às gravadoras, inconscientemente ou não, demonstra que os autores estavam vendo o caso como constituído de lados opostos e desiguais, torcendo pelo “Davi” da história, que atordoara o “Golias” com uma idéia/ferramenta muito simples – simples como uma funda de pedra –, e que torciam pela derrota definitiva do gigante.

Vale a pena também deter-se um pouco mais sobre artigos que não são bem o que aparentam. À primeira vista, no texto “SOS mercado musical brasileiro” (1999), o advogado especializado em direitos autorais Nehemias Gueiros parece apresentar uma visão equilibrada: lista os argumentos das gravadoras assim como os de quem julga que elas “cavaram a própria cova”. Porém, olhando com atenção, detecta-se que Nehemias tratou apenas de desmembrar os argumentos mais frequentemente utilizados pelas gravadoras para demonstrar que os mesmos podem ser aplicados, em última instância, às mesmas. Assim começa o texto: “A indústria fonográfica brasileira se queixa, renitentemente, (...)”. Isoladamente, isto pode ser interpretado como uma crítica à uma suposta teimosia e rabugice das gravadoras ou como uma crítica à inépcia do Governo, da Polícia Federal, enfim, das autoridades que nada fazem para coibir a situação. O leitor fica em dúvida se o texto seria favorável ou desfavorável à posição conhecida das gravadoras.

Mas a dúvida se esvai no segundo parágrafo, com a sutileza do par de oposição “Não podemos deixar de reconhecer (...)/Por outro lado (...)”. Se inicialmente parece apresentar uma visão imparcial, nada mostra mais o repúdio às gravadoras dentro do texto. Na frase “Não podemos deixar de reconhecer”, o “não podemos deixar” marca uma concessão obtida a muito custo, ou seja, denunciando que o autor e as pessoas que pensam como ele não apreciam o argumento das gravadoras. No entanto, o que mais denuncia a posição do autor é a ordem da oposição: *primeiro* aparece o argumento das gravadoras, *depois* o da oposição, como uma *resposta*. Uma resposta a uma pergunta retórica - a retórica das gravadoras, que apenas queriam manter e consolidar sua posição; não que a pirataria conseguisse espaço na imprensa. Lembremos que o argumento das gravadoras já é uma *réplica* – às ações da pirataria e à distribuição gratuita de música, digital ou não –, e está sendo feita a *tréplica*, explicando porque fazem(os) isso, porque alguns incorrem nessa contravenção e porque algumas vezes este tipo de ação seria legítimo, senão legal. O fato é que o par de oposição ajuda a explicitar o fato de que de um *lado* há um grupo com idéias e posições estabelecidas e do *lado oposto* estão os que *pensam diferente* e querem acabar/abalar o *status quo* que lhes é prejudicial/parece-lhes imoral. *Dois lados*.

As gravadoras “reinam incontestes”, diz Nehemias Gueiros, num paralelo com a monarquia absolutista, que se arrogava representante de Deus na Terra e portanto poderia mandar e desmandar como bem entendesse; sendo “incontestes” um mecanismo de psicologia reversa para fazer com que o leitor *conteste* - como já devia estar contestando se tivesse lido o texto até ali - exatamente como quem produziu o texto. O texto se encerra bíblicamente: “Quem sabe a pirataria fonográfica não é o castigo divino das gravadoras, descendo como fogo do céu para iniciar a limpeza do apocalipse musical do século XXI?”.

Para perecerem assim no Apocalipse, as gravadoras teriam que ser, no mínimo, pecadores impenitentes ou no máximo, o demônio em pessoa.

3.3. Integrados demais

Jornalistas de música são apaixonados por música. A paixão é cega; por isso é que freqüentemente nos apontam uma “salvação do rock” que nunca lança o segundo disco. Os de informática seguem o mesmo padrão apontando-nos efusivamente *gadgets* e softwares recém-lançados; muitos dos quais igualmente não decolam ou são tristemente efêmeros. Os de esportes também: bajulam “craques” que jogaram duas partidas como titulares e, quando o jogador se revela um completo perna-de-pau, abafa-se o assunto. Isto sem falar dos jornalistas que recebem por fora para levantar a bola de determinado jogador ou grupo musical; no caso de jornalistas de informática, o suborno pode ser o próprio *gadget*...

Claro que jornalismo é paixão, mesmo que eventualmente cega. Esta paixão precisa, no entanto, estar misturada com visão, discernimento, ou não conseguirá atribuir significado nem ordem ao mundo; tornar-se-á apenas parte do caos informativo. É hora de colocar o pé no chão para analisar pequenos excessos da “folia integrada”.

Os jornalistas integrados transmitiam dados somente das pesquisas favoráveis ao Napster, menosprezando os dados fornecidos pela RIAA. Os protótipos do que chamo de jornalistas integrados são Cora Rónai colunista de informática em *O Globo* e Marcelo Valletta colunista da *Download*, sobre música na internet, na *Folha de São Paulo*. Os exemplos são os seguintes:

“Faz parte da campanha queimar o filme dos usuários do Napster e, para este efeito, vêm sendo distribuídas pela mídia diversas ‘pesquisas’ endossadas por institutos de nomes elegantes (...)” (RÓNAI, 2001d).

Pesquisa com 16 mil pessoas nos EUA demonstrou que 60% das pessoas (...) acabam comprando os discos com as canções que ouvem pela internet. (...) O estudo atesta a distorção de outro, apresentado pela Ríaa como prova de processo que move contra o Napster (...) (VALLETTA, 2000j).

É interessante notar que Cora Rónai e Marcello Valletta utilizaram o mesmo título, ela em sua coluna, ele para uma pequena nota: “A união faz a rede”. Sob o olhar de jornalistas excessivamente apaixonados, a miríade de diferentes pessoas que costuma utilizar a internet é freqüentemente unificada de forma romântica, como se todos fossem perfeitos liberais completamente conscientes e defensores da força da rede como difusora de ideais e panteão da liberdade de expressão, bloco maciço contra outros blocos tão maciços quanto: as “gravadoras”, as “grandes corporações” ou seja quem for o vilão da vez.

Parte dessa idealização é expressa nas formas como os jornalistas se referem a este grupo de pessoas: Rónai utiliza “gALLera”, um epíteto remanescente das salas de bate-papo dos primórdios da rede que foi exportado para a imprensa; outros nomes são “a turma”; “os internautas”; “os usuários”; “os navegantes”. Não se separava deste grupo utópico, por exemplo, os iniciantes; os “internautas de portal”, cuja primeira e mais longa navegação de todo dia é no portal de seu provedor de acesso e sentem-se perdidos no resto da rede, comportamento freqüente nos assinantes de AOL e UOL, para ficar apenas no Brasil; entre os usuários avançados há os *phreaks*, *hackers* “do mal”, que invadem e elaboram vírus pelo prazer de destruir e/ou “chacoalhar as estruturas”; os *spammers*, que enviam mensagens comerciais não-solicitadas para toda uma lista de e-mails, entre outros. São usuários de internet e nem todos são pessoas plenamente “antenas”, conscientes e bem-intencionadas como se quer fazer crer.

“Livre”, “liberdade” e “livremente” foram muito utilizadas para caracterizar a forma com que a música/informação percorria (ou deveria percorrer) a web, em especial por estes

dois jornalistas, o que parece um resquício da ética *hacker* (da qual um dos ditames era “toda informação quer ser livre”). O problema é que, se nem todos os *hackers* aplicam a ética *hacker*, não é de se esperar que leigos a conheçam e a obedeçam. Aliás, bastaria uma *brainstorm* entre as editorias de Economia e Informática para perceber que o grande problema é o conflito ideológico: uma ética de mercado pode colidir de frente com a ética *hacker*; assim como, em algumas de suas formas, a Nova Economia *erode* a Velha Economia (LESSIG, 2001, 127-129). Referindo-se ao Napster:

O paradoxo está no fato de uma empresa que nasce no ‘coração do ultracapitalismo’ ter como base uma rede informal de pirataria. Como podem os investidores apostar numa empresa cuja principal fonte de receitas é um ataque às leis da propriedade privada? (SCHWARTZ, 2000b)

Para que a rede de trocas do Napster funcionasse, é claro, era preciso que os usuários mantivessem em seus computadores alguns arquivos de MP3, coisa que nem todos faziam. Os *leechers* (ou *sanguessugas*), termo que define as pessoas que se aproveitam do que os outros disponibilizam na rede sem dar nada em troca, acham que o *upload* diminui sua velocidade de *download* - ou simplesmente o gosto de receber sem dar nada em troca lhes apraz. No Brasil, terra dos *malandros*, isso é especialmente real. Os jornalistas mais “integrados” praticamente recusavam-se a enxergar esta e outras máculas da chamada “gALLera”.

Outro problema: como foi explicado, a questão dos direitos autorais nesta modalidade de troca de arquivos era mesmo nebulosa. Alguns jornalistas foram logo optando pela sua legalidade, talvez por sua aparência de justiça poética: se as gravadoras nos maltratam com um sistema kafkianamente injusto, agora é hora delas sofrerem exatamente pelos mesmos meios. Mas justiça poética não evita processos. Infelizmente, legal e legítimo nem sempre são sinônimos.

Não é difícil enxergar contradições dentro da posição de *O Globo*. Além da já mostrada discrepância entre o jornalismo musical, informático e econômico, aparentemente dentro do próprio caderno de informática de *O Globo* havia diferentes percepções do que seria legal:

Isto é ilegal

- Compactar CDs dos amigos.
- Trocar CDs inteiros por outros com os amigos.
- Baixar músicas comerciais da Internet, com qualidade perfeita, via sites piratas. (BREITMAN, 2000b).

Há dois pontos extremamente delicados em jogo. Um é a liberdade de expressão. (...) O outro é o que os americanos chamam de *fair use*, ou seja, o uso válido de bens que compramos e que legalmente nos pertencem. (...) É *fair use* mandar uma música para um amigo numa fita cassete, por exemplo, gravar o capítulo da novela no vídeo ou mesmo fazer cópia de um CD para ouvir no carro. Não é *fair use* auferir lucro disso. (RÓNAI, 2000b).

É preciso levar em conta que, com a decadência do *Jornal do Brasil*, falta pelo menos *outro* jornal carioca para fazer contraponto a *O Globo*. O resultado disso é uma centena de correntes e posicionamentos ecléticos abrigando-se sob as páginas de *O Globo*, às vezes até na mesma seção – o que, se por um lado parece saudável, por outro confunde o leitor. *O Globo* mostra a tendência de virar um jornal *ecumênico*. O *corpus* de textos da *Folha de São Paulo* não apresenta as mesmas divergências dentro de uma seção, mas a seção de Economia (“Dinheiro”) ainda discorda de música/cultura/informática (“Ilustrada”, “Folhateen” e “Informática”), preferindo um viés pessimista, especialmente quando os autores são analistas externos.

Os integrados desconfiaram fortemente do motivo dado pelas universidades norte-americanas para proibir o uso do Napster em suas redes internas: o consumo de recursos seria excessivo. Era verdade – concordavam os integrados – mas o verdadeiro motivo seria o *lobby* das gravadoras⁷.

Verbos autoritários, como “ordenar”, “impor” e “obrigar”, foram bastante utilizados ao descrever as ações das gravadoras. O Napster “era acusado” de pirataria e “sofria” processos movidos “contra” ele pela RIAA, dos quais tentava “se defender”. Ou seja, o Napster estaria numa posição **passiva**, indefesa e pacífica, e as gravadoras gananciosas iriam até ele incomodá-lo, como um valentão de colégio.

Muitos pontos de exclamação são utilizados, até mesmo seguidamente (!!), em especial em títulos e frases finais dos textos anti-gravadoras. Cristina de Luca intitula uma de suas notas em “As últimas” simplesmente de “Viva o MP3!”.

Outra marca dos integrados era a constante “alegação” das gravadoras. As gravadoras nunca “declaravam” alguma coisa, sempre “alegavam”. Ora, “alegar” é um verbo que possui carga negativa reconhecida no meio jornalístico; é utilizado por exemplo ao noticiar processos judiciais em andamento, onde não se pôde auferir o culpado até o momento, em especial se as partes “alegam” versões diferentes de um mesmo fato; significa que o que foi “alegado” possivelmente é mentira e o jornalista, como é seu papel, duvidou. Não podendo igualmente explicitar isso contra qualquer uma das partes, usa

⁷ Não se verificou nenhum integrado chamando atenção para o fato, porém a proibição pelas universidades do uso do Napster - que de certa forma retornava aos primórdios da internet ao compartilhar informação numa rede peer-to-peer - estaria imbuída de um tanto de hipocrisia, já que as universidades foram as primeiras depois dos militares a utilizar uma rede de computadores para compartilhamento de informações. E quanto mais disseminada, mais a informação vale: a importância de um texto se mede pelo quanto ele aparece em bibliografias pelo mundo todo.

“alegar”. A sombra da dúvida fica ainda mais nítida na forma “A alegação das gravadoras é de que...”, onde “alegação” ganha o sentido de “desculpa”.

Ainda, era comum explicitar a excelente situação financeira e supostos excessos dos executivos das gravadoras para fazer brotar rancor no leitor:

“E inúmeros executivos da indústria fonográfica banquetearam-se à farta em Beverly Hills e trocaram de Porsche todo ano” (BARLOW, 1999).

“Se o Napster já deixa os executivos das grandes gravadoras com medo de perder seu champanhe e suas garotas de programa, o que vem por aí promete esvaziar as piscinas deles de vez.” (VERSIGNASSI, 2000a).

Na mesma linha de pensamento, o desespero das gravadoras é “engraçado”:

“As gravadoras e a indústria da música em geral estão subindo parede de costas (...)” (RÓNAI, 1999d).

“É por esse problema de escala que a indústria fonográfica está arrancando os cabelos.” (ERCÍLIA, 1998a).

Como contraponto aos integrados, proponho os textos da jornalista da *Folha* Maria Ercília. Maria Ercília defende o Napster, mas sem arroubos de insultos às gravadoras nem exageradas metáforas de guerra. Maria Ercília procura dispor os argumentos de todos de forma que a suposta imparcialidade não precise esconder o rosto de tanta vergonha. Seu cuidado com a linguagem é visível neste primeiro parágrafo de “O gato já pulou fora do saco”:

“Existe uma expressão em inglês para a qual nunca encontrei equivalente à altura em português: ‘the cat is out of the bag’, o gato saiu do saco, quer dizer: agora ele está solto, não há como prendê-lo de novo. Quando dizemos ‘o mal está feito’, é parecido, mas

o sentido é um pouco mais negativo e a expressão não é tão rica e saborosa.” (ERCÍLIA, 2000d).

Traduzindo: Maria Ercília não quer chamar ninguém, ou pelo menos não o Napster, de “mal”. Diferente de Cora Rónai, que intitula uma de suas colunas “O Mal se dá mal”, referindo-se às gravadoras.

Por fim, quando o Napster original foi judicialmente fechado de uma vez por todas, a maioria dos integrados chorou às pencas; mas se absteve de fazer grandes comentários negativos quando, pouco depois, o Napster se associou às gravadoras e voltou cobrando tarifa pelas músicas. Não é o caso de Lúcio Ribeiro, que mostra desconfiança (2000a) ou deste par de notas de Álvaro Pereira Júnior (2000g):

Napster não é santo

Quando começou a perseguição das grandes gravadoras contra o site Napster, de troca gratuita de música pela Internet, um grupo de fanáticos por computadores, uma espécie de ultra-esquerda da Internet, defendia que o Napster também não tinha nada de bonzinho.

...e fechou com BMG

O que esse pessoal achava é que o Napster escondia ambições tão ou mais monopolistas que as próprias gravadoras, e que tudo não passava de uma questão de tempo. Agora, a teoria ganha combustível, com o acordo fechado pelo Napster com o grupo que controla o selo BMG.

4. Conclusão

Este trabalho foi realizado predominantemente ao som de música MP3, além de recorrer freqüentemente a fontes cibernéticas e cópias online de textos consagrados.

Pode-se perguntar por que não me absteve de criticar os jornalistas favoráveis à livre troca de MP3s se sou da mesma opinião. Embora não acredite que a imparcialidade absoluta seja possível e identifique a influência de formas que favorecem um ponto de vista

mais subjetivo, como o “gonzo” e/ou “new journalism”, também não acredito que o jornalismo (pelo menos não o que procura ser “sério”) deva se tornar um mural de opiniões. Quando o colunista ou jornalista passa a publicar matérias em série, sempre defendendo um dos chamados “lados” de uma suposta “guerra”, alguma coisa está errada. Talvez ele esteja advogando em causa própria. Talvez tenham pisado em algum calo seu. Mas não cumpre a motivação que se diz estar por trás de cada matéria, seja qual gênero de jornalismo for: **informar** o leitor dos fatos relevantes, e não “fazer sua cabeça”.

Talvez tenha-lhes parecido necessário enfatizar o quanto as gravadoras eram ruins, algo que estava engasgado em suas gargantas há um bom tempo, estender os limites além do que seria uma opinião razoável, para insuflar o leitor a desafiar a ordem vigente. E talvez tenha funcionado, ao menos em parte.

Porém, simplificou-se e polarizou-se de vez um assunto com potencial de grande conscientização de leitores e transformação da cultura. O assunto foi “aplainado” e muito poucos chegaram aos pontos mais profundos da questão.

Por último, é notável que a paixão pelo novo pareça ser, às vezes, estranhamente seletiva. Como pode um jornalista musical defender o Napster tão arduamente se não procura, ele mesmo, chamar atenção para o alternativo, para o que está fora das paradas? Se limita-se a selecionar os melhores álbuns dentre os que recebe das gravadoras? O mesmo vale para os de informática que recebem *gadgets* interessantes no conforto de sua casa e jamais circulam pela internet ou entram numa loja de informática para inteirar-se das novidades de *hardware* e *software*. Toda seção de jornal precisa disso, de Crítica Literária a Economia. Isso poderia formar os leitores conscientes com quem parecem estar falando, mostrando o “novo” que não aparece normalmente. Apontar o novo para o leitor consiste

em mais um caminho negligenciado pelo jornalismo atual, porque demanda “bater perna”, “passar olhando”, mesmo que virtualmente – e o olhar de alguns jornalistas parece cada vez mais cansado.

5. Bibliografia

BANDEIRA, Messias Guimarães. *Construindo a Audiosfera: as tecnologias da informação e da comunicação e a nova arquitetura da cadeia de produção musical*. Orientador:

André Lemos. Tese de Doutorado (Comunicação). Salvador: UFBA, 2004. 256p.

BAUDRILLARD, Jean. *A ilusão vital*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2001, 93p.

BORGES, Bento Itamar. *O (mau) gosto e o grotesco*. 2002. Disponível em:

<http://www.google.com.br/search?q=cache:f6lFdbhOhnMJ:www.psicologia.ufrgs.br/lpa/bento_01.htm+%2Bkant+%2B%22o+sublime%22&hl=pt-BR>. Acessado em: 14 out. 2004.

COOPER, Jon; HARRISON, Daniel M. The social organization of audio piracy on the Internet. *Media, Culture & Society*, v. 23, p. 71–89, 2001.

CRESPO, Silvio. Euforia na reforma do direito autoral é vista com ressalvas. 2004.

Disponível em:

<<http://culturaemercado.terra.com.br/varal/direito/noticias.php?id=97>>. Acesso em: 22 nov. 2004.

ECO, Umberto. *Apocalípticos e Integrados*. 5ª edição. São Paulo: Ed. Perspectiva, 2000. 386 p.

FACULDADE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL/UERJ. *Monografia – Manual de normas para Apresentação*. Rio de Janeiro: UERJ, 2003. 50 p.

- FAIRCLOUGH, Norman. *Discurso e mudança social*. Brasília: Ed. UNB, 2001. 316 p.
- FREUD, Sigmund. *Análise das massas e psicologia do eu*. In: Edição Standard das Obras Completas de Sigmund Freud. Rio de Janeiro: Imago, 1974.
- GANDELMAN, Henrique. *De Gutenberg à Internet – Direitos autorais na Era Digital*. Rio de Janeiro: Record, 2000, 3ª edição, 254p.
- JONES, Steve. Music that moves: popular music, distribution and network technologies. *Cultural Studies*, v. 16 (2), pp. 213-232, 2002.
- LESSIG, Lawrence. *The future of ideas – The fate of the commons in a connected world*. Nova York: Random House, 2001. 333 p.
- LÉVY, Pierre. *Cibercultura*. 2ª edição. São Paulo: Editora 34, 1999. 264p.
- MCCOURT, Tom; BURKART, Patrick. When creators, corporations and consumers collide: Napster and the development of on-line music distribution. *Media, Culture & Society*, v. 25 (3), p. 333–350, 2003.
- METALLICA: A música e o monstro (Metallica: Some kind of monster). Direção: Joe Berlinger e Bruce Sinofski. Produção: Joe Berlinger e Bruce Sinofski. Intérpretes: Lars Ulrich, James Hetfield, Kirk Hammet e outros. [S.I.]: @radical media Inc.; Third Eye Motion Picture Company, 2004. 1 bobina cinematográfica (141 min), son., color., mm.
- NUNES, Juliana César. *Brasil, Argentina e Bolívia defendem debate internacional sobre acesso ao conhecimento*: 2004. Disponível em: <<http://www.radiobras.gov.br/materia.phtml?materia=200933&editoria=>>. Acesso em: 22 nov. 2004.
- OBERHOLZER, Felix; STRUMPF, Koleman. *The effect of file sharing on record sales: an*

empirical analysis: 2004. Disponível em:

<http://www.unc.edu/~cigar/papers/FileSharing_March2004.pdf> Acesso em: 14 out. 2004.

ORAM, Andy (Org.); MINAR, Nelson; SHIRKY, Clay et al. *Peer-to-peer: o poder transformador das redes ponto-a-ponto*. Tradução de Bazán Tecnologia e Lingüística. São Paulo: Berkeley, 2001. 447p.

PINTO, Milton José. *Comunicação e Discurso*. 2ª edição. São Paulo: Hacker Editores, 2002. 128 p.

PINTO, Milton José (dez. 2003). *Discurso e Violência*. Disponível em:

<http://www.eco.ufrj.br/semiosfera/especial2003/conteudo_mpinto.htm> Acessado em: 3 nov. 2004.

PIROPO, B. *A facínora* (15 sep 2003). Disponível em:

<http://www.google.com.br/search?q=cache:MCmWnSKv_soJ:www.bpiropo.com.br/idf20030915.htm+%2Blahara+%2Briaa+%2Bprovedor&hl=pt-BR> Acessado em: 14 out. 2004.

RHEINGOLD, Howard. *Smart Mobs: The next social revolution*. Nova York: Brockman, 2002. 150 p.

SOUZA, Rafael Ferreira. *Música Digital: O desenvolvimento do Áudio na Nova Mídia*.

Orientador: Henrique Antoun. Projeto Experimental (Publicidade e Propaganda), Escola de Comunicação. Rio de Janeiro: UFRJ, 2001/2. 54p.

THOREAU, Henry David. *A desobediência civil*: 1876. Disponível em:

<<http://www.culturabrasil.pro.br/zip/desobedienciacivil.pdf>> Acessado em: 14 out. 2004.

_____. *A desobediência civil e outros escritos*. São Paulo: Círculo do Livro, 1994, 210p.

VALLE, André; GUIMARÃES, Claudia; CHALUB, Fabrício. *MP3 – A revolução do som via internet*. Rio de Janeiro: Reichmann & Afonso Editores, 1999. 200p.

VAZ, Paulo. Cronologia da Internet. *Lugar Comum: Estudos de mídia, cultura e democracia*, Rio de Janeiro: UFRJ, no. 13-14, janeiro-agosto de 2001.

VAZ, Paulo; MARTINS, Francisco Menezes e SILVA, Juremir Machado da (orgs.). Mediação e Tecnologia. In: *A genealogia do virtual - Comunicação, cultura e tecnologias do imaginário*. Porto Alegre: Sulina, 2004, p. 216-238.

Jornal Folha de São Paulo

CAVALCANTE, Átila Vital (26 jan. 2000). *Use o “Napster” com cautela*. In: Informática, *Folha de São Paulo* [online], 10 parágrafos. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/informat/fr2601200021.htm>> [5 nov. 2004].

DÁVILA, Sérgio (04 ago. 2000) *Novo clipe põe Madonna eletrônica na rede*. In: Ilustrada, *Folha de São Paulo* [online], 13 parágrafos. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq0408200011.htm>> [5 nov. 2004].

DYSON, Esther (11 out. 2000). *A Internet obriga você a provar seu valor*. In: Informática, *Folha de São Paulo* [online], 27 parágrafos. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/informat/fr1110200011.htm>> [4 nov. 2004].

ERCILIA, Maria (25 fev. 2000). *Netvox: Faça você mesmo, sem dor*. In: Ilustrada, *Folha de São Paulo* [online], 11 parágrafos. Disponível em:

- <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq2502200020.htm>> [4 nov. 2004].
_____ (09 jun. 2000). *Netvox: Harvard discute a internet*. In:
Ilustrada, *Folha de São Paulo* [online], 17 parágrafos. Disponível em:
<<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq0906200036.htm>> [4 nov. 2004].
_____ (20 jan. 1999). *Netvox: Indústria da música está quase pronta para a Internet*. In: Ilustrada, *Folha de São Paulo* [online], 22 parágrafos. Disponível em:
<<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq0906200036.htm>> [4 nov. 2004].
_____ (12 mai. 2000). *Netvox: Napster e seus clones reinventam a internet*. In:
Ilustrada, *Folha de São Paulo* [online], 10 parágrafos. Disponível em:
<<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq1205200037.htm>> [4 nov. 2004].
_____ (07 jul. 2000). *Netvox: O gato já pulou fora do saco*. In:
Ilustrada, *Folha de São Paulo* [online], 12 parágrafos. Disponível em:
<<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq0707200027.htm>> [4 nov. 2004].
_____ (28 out. 1998). *Netvox: O walkman dos piratas*. In:
Ilustrada, *Folha de São Paulo* [online], 22 parágrafos. Disponível em:
<<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq28109816.htm>> [4 nov. 2004].
_____ (31 dez. 1998). *Pirataria é problema de sistemas*. In:
Ilustrada, *Folha de São Paulo* [online], 7 parágrafos. Disponível em:
<<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq31129807.htm>> [4 nov. 2004].
FOLHA DE SÃO PAULO (10 set. 2000). *Acesso ao Napster é bloqueado nos EUA*. In:
Dinheiro, *Folha de São Paulo* [online], 6 parágrafos. Disponível em:
<<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/dinheiro/fi1009200020.htm>> [4 nov. 2004].
_____ (26 abr. 2000). *Aprimore o "Napster"*. In:

- Informática, *Folha de São Paulo* [online], 3 parágrafos. Disponível em:
<<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/informat/fr2604200003.htm>> [4 nov. 2004].
_____ (26 abr. 2000). *Bertelsmann e Napster anunciam acordo*. In:
Dinheiro, *Folha de São Paulo* [online], 3 parágrafos. Disponível em:
<<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/dinheiro/fi0111200021.htm>> [4 nov. 2004].
_____ (29 jul. 2000). *Brasileiros também protestam*. In:
Ilustrada, *Folha de São Paulo* [online], 3 parágrafos. Disponível em:
<<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq2907200014.htm>> [4 nov. 2004].
_____ (26 jun. 2000). *Cartas - Leitores ficam do lado do Napster
contra o Metallica, elogiam o Guns e reclamam de Wando*. In: Folhateen, *Folha de
São Paulo* [online], 9 parágrafos. Disponível em:
<<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/folhatee/fm2606200004.htm>> [4 nov. 2004].
_____ (05 jun. 2000). *CD Player*. In: Folhateen, *Folha de São Paulo*
[online], 3 parágrafos. Disponível em:
<<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/folhatee/fm0506200010.htm>> [4 nov. 2004].
_____ (31 jul. 2000). *CD Player*. In: Folhateen, *Folha de São Paulo*
[online], 3 parágrafos. Disponível em:
<<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/folhatee/fm3107200014.htm>> [4 nov. 2004].
_____ (31 jul. 2000). *Cronologia do Napster - Rápida Ascensão*. In:
Folhateen, *Folha de São Paulo* [online], 10 parágrafos. Disponível em:
<<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/informat/fr0208200002.htm>> [4 nov. 2004].
_____ (31 jul. 2000). *Editorial – Medo do novo mercado*. In:
Opinião, *Folha de São Paulo* [online], 7 parágrafos. Disponível em:

<<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/opiniaofz3107200001.htm>> [4 nov. 2004].

_____ (17 mai. 2000). *Empresa bane usuários*. In: Informática, *Folha de São Paulo* [online], 3 parágrafos. Disponível em:

<<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/informat/fr1705200012.htm>> [4 nov. 2004].

_____ (28 jul. 2000). *Fãs do Napster planejam boicote*. In: Ilustrada, *Folha de São Paulo* [online], 3 parágrafos. Disponível em:

<<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq2807200012.htm>> [4 nov. 2004].

_____ (24 mai. 2000). *Indústrias compram briga com Napster*. In:

Informática, *Folha de São Paulo* [online], 4 parágrafos. Disponível em:

<<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/informat/fr2405200012.htm>> [4 nov. 2004].

_____ (05 jun. 2000). *Metallica x Napster*. In:

Folhateen, *Folha de São Paulo* [online], 1 parágrafo. Disponível em:

<<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/folhatee/fm0506200012.htm>> [4 nov. 2004].

_____ (23 ago. 2000). *Novo disco de Madonna está no Napster*. In:

Ilustrada, *Folha de São Paulo* [online], 1 parágrafo. Disponível em:

<<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq2308200027.htm>> [4 nov. 2004].

_____ (23 ago. 2000). *Napster consegue reverter ordem judicial que*

desligaria o serviço. In: Ilustrada, *Folha de São Paulo* [online], 6 parágrafos.

Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq2907200015.htm>> [4 nov. 2004].

_____ (06 nov. 2000). *Napster deverá cobrar assinatura*. In:

Folhateen, *Folha de São Paulo* [online], 2 parágrafos. Disponível em:

<<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/folhatee/fm0611200010.htm>> [4 nov. 2004].

- _____ (31 jul. 2000). “*Napster of puppets*”. In: Folhateen, *Folha de São Paulo* [online], 1 parágrafo. Disponível em:
<<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/folhatee/fm3107200024.htm>> [4 nov. 2004].
- _____ (25 mar. 2000). *Minigravador toca músicas saídas da internet*. In: Informática, *Folha de São Paulo* [online], 9 parágrafos. Disponível em:
<<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/informat/fr25039805.htm>> [4 nov. 2004].
- _____ (12 ago. 2000). *Panorâmica - Busca de MP3 é retirada da America Online*. In: Ilustrada, *Folha de São Paulo* [online], 2 parágrafos. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq1208200013.htm>> [4 nov. 2004].
- _____ (11 out. 2000). *Panorâmica – Futuro do Napster ainda está indefinido*. In: Informática, *Folha de São Paulo* [online], 1 parágrafo. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/informat/fr1110200012.htm>> [4 nov. 2004].
- GARATTONI, Bruno (26 abr. 2000). *Música na Internet acirra disputas judiciais*. In: Informática, *Folha de São Paulo* [online], 13 parágrafos. Disponível em:
<<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/informat/fr2604200013.htm>> [4 nov. 2004].
- _____ (02 ago. 2000). “*Napster*” reage, mas ameaça continua. In: Informática, *Folha de São Paulo* [online], 13 parágrafos. Disponível em:
<<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/informat/fr0208200001.htm>> [4 nov. 2004].
- JÚNIOR, Álvaro Pereira (01 mai. 2000). *Ataques de estrelismo! Egos descontrolados! O rock é ridículo!* In: Folhateen, *Folha de São Paulo* [online], 25 parágrafos. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/folhatee/fm0105200014.htm>> [4

nov. 2004].

_____ (31 jul. 2000). *Gravadoras combatem Napster, dominam rádios, e mantêm tudo como está*. In: Folhateen, *Folha de São Paulo* [online], 1 parágrafo. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/folhatee/fm3107200012.htm>> [4 nov. 2004].

_____ (03 jul. 2000). *Mais Napster...* In: Folhateen, *Folha de São Paulo* [online], 1 parágrafo. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/folhatee/fm0307200011.htm>> [4 nov. 2004].

_____ (22 mai. 2000). *Metallica x Napster*. In: Folhateen, *Folha de São Paulo* [online], 1 parágrafo. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/folhatee/fm2205200012.htm>> [4 nov. 2004].

_____ (05 jul. 2000). *Metallica x Napster*. In: Folhateen, *Folha de São Paulo* [online], 9 parágrafos. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq0507200016.htm>> [4 nov. 2004].

_____ (22 mai. 2000). *Napster, jogo do milhão*. In: Folhateen, *Folha de São Paulo* [online], 1 parágrafo. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/folhatee/fm1505200013.htm>> [4 nov. 2004].

_____ (06 nov. 2000). *Gringas – Napster não é santo... e fechou com a BMG*. In: Folhateen, *Folha de São Paulo* [online], 2 parágrafos. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/folhatee/fm0611200017.htm>> [4 nov. 2004].

_____ (24 jul. 2000). *Gringas – Pau no “Merdallica”*. In: Folhateen, *Folha de São Paulo* [online], 1 parágrafo. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/folhatee/fm2407200011.htm>> [4 nov. 2004].

- _____ (27 abr. 2000). *Programa polêmico patrocina turnê gratuita de grupo de rock*. In: Ilustrada, *Folha de São Paulo* [online], 8 parágrafos. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq2704200012.htm>> [4 nov. 2004].
- LOBÃO (02 ago. 2000). *Você apóia a interdição do Napster? Não – Inimigo desmascarado*. In: Informática, *Folha de São Paulo* [online], 6 parágrafos. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/informat/fr0208200007.htm>> [4 nov. 2004].
- LOPES, Airton (14 out. 1998). *Artistas colocam músicas na rede*. Informática, *Folha de São Paulo* [online], 10 parágrafos. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/informat/fr14109806.htm>> [4 nov. 2004].
- MACCANN, Paul (07 jun. 1998). *Internet ameaça indústria do disco*. Mundo, *Folha de São Paulo* [online], 9 parágrafos. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/mundo/ft07069810.htm>> [4 nov. 2004].
- MADUREIRA, Francisco (26 abr. 2000). *Guia do MP3 – saiba como ouvir e gravar música digital*. Informática, *Folha de São Paulo* [online], 8 parágrafos. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/informat/fr2604200001.htm>> [4 nov. 2004].
- MARACY, Heinar (04 fev. 1998). *MP3 faz a música caber no seu micro*. Informática, *Folha de São Paulo* [online], 16 parágrafos. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/informat/fr04029802.htm>> [4 nov. 2004].
- _____ (04 fev. 1998). *Site: Novo padrão faz da internet um armazém de músicas*. Informática, *Folha de São Paulo* [online], 5 parágrafos. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/informat/fr04029801.htm>> [4 nov. 2004].

NEGROMONTE, Marcelo (07 mar. 2000). *Download*. In: Ilustrada, *Folha de São Paulo*

[online], 4 parágrafos. Disponível em:

<<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq0205200016.htm>> [4 nov. 2004].

_____ (21 jan. 2000). *Internet faz Public Enemy sair de gravadora*. In:

Ilustrada, *Folha de São Paulo* [online], 14 parágrafos. Disponível em:

<<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq21019918.htm>> [4 nov. 2004].

RAMALHO, José Antônio (02 dez. 1998). *Canal aberto – Hospedagem de música na rede*.

Informática, *Folha de São Paulo* [online], 5 parágrafos. Disponível em:

<<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq0703200027.htm>> [4 nov. 2004].

_____ (14 out. 1998). *Entenda as diferenças entre os padrões para*

gravar sons no PC. Informática, *Folha de São Paulo* [online], 21 parágrafos.

Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/informat/fr14109805.htm>> [4 nov. 2004].

RIBEIRO, Lúcio (07 nov. 2000). *Download*. Ilustrada, *Folha de São*

Paulo [online], 4 parágrafos. Disponível em:

<<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq0711200014.htm>> [4 nov. 2004].

_____ (22 jun. 2000). *CD é ruim (bom) para os ouvidos*. Ilustrada, *Folha de São*

Paulo [online], 7 parágrafos. Disponível em:

<<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq2206200009.htm>> [4 nov. 2004].

_____ (03 jul. 2000). *Guerra contra o Napster “ressuscita” Kurt Cobain*.

Ilustrada, *Folha de São Paulo* [online], 15 parágrafos. Disponível em:

<<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq0307200006.htm>> [4 nov. 2004].

_____ (26 jun. 2000). *Na cultura pop, MP3 equivale ao genoma*.

- Ilustrada, *Folha de São Paulo* [online], 10 parágrafos. Disponível em:
<<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq2606200021.htm>> [4 nov. 2004].
- RICHTEL, Matt; KIRKPATRICK, David (2 nov. 2000). *Napster vai cobrar tarifa de usuário e pagar royalties*. Dinheiro, *Folha de São Paulo* [online], 20 parágrafos. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/dinheiro/fi0211200022.htm>> [4 nov. 2004].
- SCHWARTZ, Gilson (30 jul. 2000). *Lobby da velha economia dos EUA ameaça o Napster*. Dinheiro, *Folha de São Paulo* [online], 12 parágrafos. Disponível em:
<<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/dinheiro/fi3007200007.htm>> [4 nov. 2004].
- _____ (11 jun. 2000). *Nova economia depende de novas comunidades*. Dinheiro, *Folha de São Paulo* [online], 10 parágrafos. Disponível em:
<<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/dinheiro/fi1106200008.htm>> [4 nov. 2004].
- VALLETTA, Marcelo (01 ago. 2000). *Combate ao programa é má estratégia*. In: Ilustrada, *Folha de São Paulo* [online], 1 parágrafo. Disponível em:
<<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq0108200020.htm>> [1 set. 2004].
- _____ (18 abr. 2000). *Download*. In: Ilustrada, *Folha de São Paulo* [online], 3 parágrafos. Disponível em:
<<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq1804200026.htm>> [4 nov. 2004].
- _____ (25 abr. 2000). *Download*. In: Ilustrada, *Folha de São Paulo* [online], 3 parágrafos. Disponível em:
<<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq2504200020.htm>> [4 nov. 2004].
- _____ (09 mai. 2000). *Download*. In: Ilustrada, *Folha de São Paulo* [online], 4 parágrafos. Disponível em:

<<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq0905200016.htm>> [4 nov. 2004].

_____ (23 mai. 2000). *Download*. In: Ilustrada, *Folha de São Paulo*

[online], 3 parágrafos. Disponível em:

<<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq2305200020.htm>> [4 nov. 2004].

_____ (30 mai. 2000). *Download*. In: Ilustrada, *Folha de São Paulo*

[online], 3 parágrafos. Disponível em:

<<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq3005200021.htm>> [4 nov. 2004].

_____ (06 jun. 2000). *Download*. In: Ilustrada, *Folha de São*

Paulo [online], 3 parágrafos. Disponível em:

<<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq0606200014.htm>> [4 nov. 2004].

_____ (13 jun. 2000). *Download*. In: Ilustrada, *Folha de São*

Paulo [online], 3 parágrafos. Disponível em:

<<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq1306200016.htm>> [4 nov. 2004].

_____ (16 jun. 2000). *Download*. In: Ilustrada, *Folha de São*

Paulo [online], 3 parágrafos. Disponível em:

<<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq1605200017.htm>> [4 nov. 2004].

_____ (20 jun. 2000). *Download*. In: Ilustrada, *Folha de São*

Paulo [online], 4 parágrafos. Disponível em:

<<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq2006200013.htm>> [4 nov. 2004].

_____ (27 jun. 2000). *Download*. In: Ilustrada, *Folha de São*

Paulo [online], 1 parágrafo. Disponível em:

<<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq2706200020.htm>> [4 nov. 2004].

_____ (04 jul. 2000). *Download*. In: Ilustrada, *Folha de São*

Paulo [online], 1 parágrafo. Disponível em:

<<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq0407200016.htm>> [4 nov. 2004].

_____ (11 jul. 2000). *Download*. In: Ilustrada, *Folha de São*

Paulo [online], 3 parágrafos. Disponível em:

<<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq1107200017.htm>> [4 nov. 2004].

_____ (01 ago. 2000). *Download*. In: Ilustrada, *Folha de São Paulo*

[online], 3 parágrafos. Disponível em:

<<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq0205200016.htm>> [4 nov. 2004].

_____ (08 ago. 2000). *Download*. In: Ilustrada, *Folha de São Paulo*

[online], 3 parágrafos. Disponível em:

<<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq0808200019.htm>> [4 nov. 2004].

_____ (26 set. 2000). *Download*. In: Ilustrada, *Folha de São Paulo*

[online], 3 parágrafos. Disponível em:

<<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq2609200016.htm>> [4 nov. 2004].

_____ (03 jul. 2000). *Empresa apresenta sua defesa hoje em tribunal de São*

Francisco. In: Ilustrada, *Folha de São Paulo* [online], 9 parágrafos. Disponível em:

<<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq0307200007.htm>> [4 nov. 2004].

_____ (03 jul. 2000). *Enquanto isso, no Brasil...* In: Ilustrada, *Folha de São*

Paulo [online], 1 parágrafo. Disponível em:

<<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq0108200021.htm>> [4 nov. 2004].

_____ (28 jul. 2000). *Juíza ordena o fechamento do Napster*. In: Ilustrada,

Folha de São Paulo [online], 11 parágrafos. Disponível em:

<<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq2807200011.htm>> [4 nov. 2004].

- _____ (25 jul. 2000). *Napster é bom para a indústria, diz pesquisa*. In: Ilustrada, *Folha de São Paulo* [online], 1 parágrafo. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq2507200019.htm>> [4 nov. 2004].
- _____ (13 jul. 2000). *Polêmica: Revolução MP3 chega ao Senado norte americano*. In: Ilustrada, *Folha de São Paulo* [online], 14 parágrafos. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq1307200014.htm>> [4 nov. 2004].
- _____ (27 jun. 2000). *Site continua a ridicularizar o Metallica*. In: Ilustrada, *Folha de São Paulo* [online], 1 parágrafo. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq2706200021.htm>> [4 nov. 2004].
- _____ (29 jul 2000). *Usuários do Napster reagem contra o desligamento*. In: Ilustrada, *Folha de São Paulo* [online], 16 parágrafos. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq2907200012.htm>> [4 nov. 2004].
- VERSIGNASSI, Alexandre (03 jul. 2000). *Há vida além do Napster*. In: Folhateen, *Folha de São Paulo* [online], 8 parágrafos. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/folhatee/fm0307200023.htm>> [4 nov. 2004].
- _____ (26 abr. 2000). *Metallica processa Napster*. In: Informática, *Folha de São Paulo* [online], 4 parágrafos. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/informat/fr2604200015.htm>> [4 nov. 2004].
- _____ (08 nov. 2000). *Napster pode vir a cobrar tarifas por download*. In: Informática, *Folha de São Paulo* [online], 6 parágrafos. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/informat/fr0811200019.htm>> [4 nov. 2004].
- _____ (10 jul. 2000). *Nós não vamos pagar nada*. In: Folhateen, *Folha de São Paulo* [online], 7 parágrafos. Disponível em:

<<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/folhatee/fm1007200024.htm>> [4 nov. 2004].

_____ (26 abr. 2000). *Sepultura apóia ação de fãs*.

In: Informática, *Folha de São Paulo* [online], 6 parágrafos. Disponível em:

<<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/informat/fr2604200014.htm>> [4 nov. 2004].

_____ (17 mai. 2000). *Veja recursos da nova versão do “Napster”*.

In: Informática, *Folha de São Paulo* [online], 10 parágrafos. Disponível em:

<<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/informat/fr1705200011.htm>> [4 nov. 2004].

_____ (07 ago. 2000). *Tecno: Destruído ou não, o Napster cumpriu*

seu papel. In: Folhateen, *Folha de São Paulo* [online], 11 parágrafos. Disponível

em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/folhatee/fm0708200025.htm>> [4 nov.

2004].

_____ (13 nov. 2000). *Tecno: Napster começa a cobrar por músicas;*

as coisas mudam e ficam como sempre foram. In: Folhateen, *Folha de São Paulo*

[online], 5 parágrafos. Disponível em:

<<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/folhatee/fm1311200016.htm>> [4 nov. 2004].

ULRICH, Lars (02 ago. 2000). *Você apóia a interdição ao Napster? Sim – Encorajamento*

ao trabalho intelectual. In: Informática, *Folha de São Paulo* [online], 1 parágrafo.

Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/informat/fr0208200008.htm>> [4

nov. 2004].

Jornal O Globo

ALBUQUERQUE, Carlos (28 jun. 1999) *Uma sigla nova, num mundo novo de idéias*

- novas*. In: Informáticaetc., *O Globo*, 2 parágrafos.
- BALBIO, Marcelo (22 mai. 2000). *Fúria contra o Metallica*. In: Informáticaetc., *O Globo*, 7 parágrafos.
- BARLOW, John Perry (29 mai. 2000). *Uma grande sala de música chamada Napster*. In: Informáticaetc., *O Globo*, 13 parágrafos.
- _____ (28 jun. 1999). *Vale tudo para deter o avanço do padrão MP3*. In: Informáticaetc., *O Globo*, 19 parágrafos.
- BETING, Joelmir (14 jul. 1999). *Digital Woodstock*. In: Economia, *O Globo*, 11 parágrafos.
- _____ (19 dez. 1998). *Papai Noel na Internet*. In: Economia, *O Globo*, 9 parágrafos.
- _____ (24 out. 1999). *Pirataria digital*. In: Economia, *O Globo*, 11 parágrafos.
- BOECHAT, Ricardo (25 mai. 1999). *Rede Pirata*. In: Coluna Boechat, *O Globo*, 1 parágrafo.
- BREITMAN, André (25 jan. 2000). *Isto é legal*. In: Informáticaetc., *O Globo*, 1 parágrafo.
- _____ (25 jan. 2000). *Isto é ilegal*. In: Informáticaetc., *O Globo*, 1 parágrafo.
- _____ (25 jan. 2000). *Não é sonho: tem áudio com qualidade na rede!* In: Informáticaetc., *O Globo*, 15 parágrafos.
- _____ (25 jan. 2000). *Sai um arquivo MP3 pra viagem*. In: Informáticaetc., *O Globo*, 6 parágrafos.
- DE LUCA, Cristina (19 abr. 1999). *As últimas – A cruzada MP3*. In: Informáticaetc., *O Globo*, 1 parágrafo.

- _____ (29 mar. 1999). *As últimas – A inquisição MP3*. In: *Informáticaetc., O Globo*, 1 parágrafo.
- _____ (31 jul. 2000). *As últimas – Compartilhar é o verbo!* In: *Informáticaetc., O Globo*, 1 parágrafo.
- _____ (24 jul. 2000). *As últimas – Off ou on the record?* In: *Informáticaetc., O Globo*, 1 parágrafo.
- _____ (21 set. 1999). *As últimas – Viva o MP3!* In: *Informáticaetc., O Globo*, 1 parágrafo.
- _____ (15 set. 1997). *As últimas – Você sabia*. In: *Informáticaetc., O Globo*, 1 parágrafo.
- _____ (21 dez. 1998). *As últimas – Um neutralizador MP3?* In: *Informáticaetc., O Globo*, 1 parágrafo.
- CAMPOS, Rubens (12 jul. 1999). *O rádio toca o que os ouvintes querem ouvir*. In: *Segundo Caderno, O Globo*, 4 parágrafos.
- GRAVATÁ (05 jul. 2000). *Diz que...* In: *Informáticaetc., O Globo*, 1 parágrafo.
- _____ (13 set. 1999). *Vai na valsa*. In: *Informáticaetc., O Globo*, 1 parágrafo.
- GUEIROS JR., Nehemias (11 ago. 1999). *SOS mercado musical brasileiro*. In: *Opinião, O Globo*, 13 parágrafos.
- LEÃO, Tom (08 nov. 1998). *Quebrando as barreiras do som através da grande rede*. In: *Informáticaetc., O Globo*, 16 parágrafos.
- _____ (08 nov. 1998). *Seu nome é Rio, mas ele não dança na praia*. In: *Informáticaetc., O Globo*, 4 parágrafos.
- MACHADO, André; GUEIROS, Nehemias (12 jun. 2000). *As gravadoras vão ter de se*

- adaptar à Rede*. In: Informáticaetc., *O Globo*, 9 parágrafos.
- MARQUES, Mário (08 set. 1999). *CD de Bowie sai primeiro na internet*. In: Segundo Caderno, *O Globo*, 3 parágrafos.
- MIGUEL, Antônio Carlos (12 jul. 1999). *A crise reverbera e pauta o futuro da indústria do disco*. In: Segundo Caderno, *O Globo*, 12 parágrafos.
- _____ ; MARQUES, Mario (02 jul. 1999). *Música e indústria em rota de colisão*. In: Segundo Caderno, *O Globo*, 14 parágrafos.
- _____ ; _____ (28 dez. 1999). *O ano da alternativa*. In: Segundo Caderno, *O Globo*, 9 parágrafos.
- MONTEIRO, Elis (09 abr. 2001). *Uma corrida desenfreada atrás dos downloads de músicas na internet*. In: Informáticaetc., *O Globo*, 14 parágrafos.
- RÓNAI, Cora (27 jan. 2003). *Adiós, Hilary*. In: Informáticaetc., *O Globo*, 13 parágrafos.
- _____ (31 jul. 2000). *A guerra do Napster*. In: Informáticaetc., *O Globo*, 2 parágrafos.
- _____ (08 nov. 1999). *Amor de perdição*. In: Informáticaetc., *O Globo*, 8 parágrafos.
- _____ (07 ago. 2000). *Atenção, gente: a História é agora*. In: Informáticaetc., *O Globo*, 14 parágrafos.
- _____ (07 mai. 2001). *A união faz a rede*. In: Informáticaetc., *O Globo*, 10 parágrafos.
- _____ (28 jun. 1999). *A WWW está em guerra!* In: Informáticaetc., *O Globo*, 1 parágrafo.

- _____ (31 jul. 2000). *Biodiversidade musical*. In: Informáticaetc., *O Globo*, 6 parágrafos.
- _____ (29 mar. 1999). *Causas e conseqüências*. In: Informáticaetc., *O Globo*, 7 parágrafos.
- _____ (09 jul. 2001). *Dançando conforme a web*. In: Informáticaetc., *O Globo*, 6 parágrafos.
- _____ (19 mar. 2001). *Desbloqueando o Napster*. In: Informáticaetc., *O Globo*, 8 parágrafos.
- _____ (25 dez. 2000). *E não é que acabou?!* In: Informáticaetc., *O Globo*, 5 parágrafos.
- _____ (17 jul. 2000). *Isso não vai acabar bem!* In: Informáticaetc., *O Globo*, 8 parágrafos.
- _____ (09 abr. 2001). *Napster (para variar)*. In: Informáticaetc., *O Globo*, 5 parágrafos.
- _____ (27 jan. 2002). *Napster: the end (?)*. In: Informáticaetc., *O Globo*, 13 parágrafos.
- _____ (31 jul. 2000). *Nunca os sistemas tiveram tanta publicidade*. In: Informáticaetc., *O Globo*, 7 parágrafos.
- _____ (30 abr. 2001). *O Mal se dá mal*. In: Informáticaetc., *O Globo*, 8 parágrafos.
- _____ (26 fev. 2001). *Que mundo é este?!* In: Informáticaetc., *O Globo*, 7 parágrafos.
- _____ (01 nov. 1999). *Sexo? Que nada! MP3!* In: Informáticaetc., *O Globo*, 8

parágrafos.

SATO, Maurício (12 jul. 1999). *Prezado Globo. Polêmica: MP3 e violação dos direitos autorais*. In: Informáticaetc., *O Globo*, 9 parágrafos.

TEIXEIRA, Carlos Alberto (19 out. 1998). *O ICQ continua de graça, pelo menos por enquanto*. In: Informáticaetc., *O Globo*, 12 parágrafos.

VIANNA, Paulo (24 nov. 1997). *MP3, o som que seu micro vai ter daqui a pouco*. In: Informáticaetc., *O Globo*, 9 parágrafos.

Jornal Estado de São Paulo

YANAKIEW, Monica. (25 jul 2000) *Discussão sobre Napster divide músicos e fãs*. In: Caderno 2, Estado de São Paulo, 18 parágrafos.