

## A assinatura entre a introdução e a coda: direitos autorais e a sua proteção no mercado fonográfico

Gustavo Scheffel Adornes<sup>1</sup>, Mariana de Freitas Dewes<sup>2\*</sup>, Marcia Cristiane Vaclavik<sup>3\*\*</sup>

\*Orientadora \*\*Coorientadora

<sup>1</sup>Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul (IFRS) – *Campus* Porto Alegre.

<sup>2</sup>Universidade Federal de Ciências da Saúde de Porto Alegre (UFCSPA) - *Campus* Porto Alegre. Porto Alegre, RS, Brasil.

<sup>3</sup>Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) - *Campus* Porto Alegre. Porto Alegre, RS, Brasil.

No Brasil, a economia criativa tem uma grande importância, seja pela marca cultural que ela representa ou pela apresentação de um prognóstico próspero quanto a oportunidades (Dalla Costa; Souza-Santos, 2011; Oliveira; Araujo; Silva, 2013; Tom Fleming Consultoria Criativa, 2018). Entretanto, pesquisas apontam que este setor econômico é caracterizado por um subdesenvolvimento de competências gerenciais e empresariais, especialmente, sob a perspectiva do acesso a direitos e da proteção das propriedades intelectuais (Tom Fleming Consultoria Criativa, 2018). Em meio a este cenário, encontra-se o mercado fonográfico, o qual, além de ser sumariamente formado por profissionais cujo foco está orientado apenas ao aperfeiçoamento da prática musical, tem sofrido mudanças significativas em virtude dos adventos tecnológicos (Côrtes *et al.*, 2010; Haynes; Marshall, 2018). Neste sentido, os avanços na tecnologia impactaram na maneira como, atualmente, a música é produzida e como, posteriormente, vem a ser consumida. Isso se deu pela flexibilização das técnicas de produção (Paiva, 2011), além da popularização do uso das plataformas de *streaming* pelo público em geral (Ribeiro; Freitas; Neves, 2017; Valente, 2016). Assim, ainda que este cenário traga aos profissionais do mercado fonográfico uma gama de oportunidades, resultando em um grande volume de lançamentos musicais diários, faz com que se desenvolva a necessidade de aprimoramento de competências empreendedoras (Toscher; Bjørnø, 2019). Logo, um dos assuntos de maior relevância a ser compreendido por estes empreendedores do mercado

fonográfico é o dos Direitos Autorais e proteções relacionadas (Francisco; Valente, 2016). Porém, esta temática acaba por ser de difícil assimilação para este público, especialmente pelo fato de que, ou os materiais orientativos a respeito não vêm a abordar o tema em sua totalidade, ou não adotam uma linguagem acessível. Desta forma, o presente trabalho objetiva conscientizar os empreendedores do mercado fonográfico sobre a temática do Direito Autoral e suas proteções, com a abordagem e linguagem adequadas a este público e procedendo com a devida ligação com os processos produtivos da cadeia musical. A partir do objetivo do presente trabalho, adota-se a abordagem qualitativa, visto que as técnicas empregadas e os dados coletados visaram o embasamento da pesquisa, para fins de propiciar o entendimento do contexto envolvido com a sua temática abordada (Molina-Azorin, 2012). Da mesma forma, foram realizadas duas etapas distintas, sendo uma exploratória e outra descritiva. Esta definição se dá pela busca de uma maior compreensão acerca do problema, a qual é possibilitada pela descrição de características da população e fenômeno relacionados ao tema aqui abordado (Gil, 2002; Malhotra, 2012; Zanella, 2009). Por sua vez, para que houvesse a devida coleta de dados secundários, foi realizada uma pesquisa bibliográfica sobre o tema dos Direitos Autorais e mercado fonográfico. Por fim, para levantar dados primários, o pesquisador se dispôs ao envolvimento ativo junto ao público relacionado com a pesquisa (Mello *et al.*, 2012) e, dessa forma, viabilizou-se a realização de um grupo focal com empreendedores do mercado fonográfico do Rio Grande do Sul. Por meio dos dados secundários levantados, foram produzidos diferentes fluxos processuais para representar os procedimentos praticados no mercado fonográfico, retratando, mais precisamente a pré-produção, a produção e a pós-produção musical, além da arrecadação e distribuição dos Direitos Autorais. Paralelamente, veio a ser elaborado um Mapa de Atores do mercado fonográfico, o qual se dispõe a correlacionar os Direitos Autorais com estes fluxogramas e quem executa as atividades destacadas. Posteriormente, estes resultados foram validados e aprimorados através de considerações trazidas no grupo focal realizado com empreendedores do mercado fonográfico do Rio Grande do Sul. Para este momento, foi empregado um roteiro semiestruturado, o qual, além de trazer o compartilhamento dos resultados descritos com os participantes da pesquisa, também abordou o levantamento sobre a sua compreensão da temática dos Direitos Autorais e possíveis boas práticas relacionadas que venham a ser realizadas em suas respectivas atividades profissionais. As conclusões desta pesquisa apontam

que, no atual cenário, é de valia para o mercado fonográfico e, conseqüentemente, para a economia criativa, que haja um melhor entendimento sobre a temática dos Direitos Autorais e as suas proteções. Tal colocação sustenta-se na compreensão de que a produção musical deve proporcionar a subsistência daqueles que têm em suas atividades ligadas a ela e, com isso, o tema em questão possui relevância no empenho para uma maior profissionalização das representações do setor. Assim, justifica-se a produção de materiais orientativos sobre a temática, dada a possibilidade de que estes possam auxiliar no impacto positivo para os empreendedores do mercado fonográfico do Rio Grande do Sul, desde que abordem o assunto de forma suficiente e sejam aderentes à realidade do público a que se destinam. Paralelamente, entende-se que é pertinente que os profissionais do setor venham a compreender que a incorporação de competências empreendedoras às suas realidades é uma necessidade latente. Esta situação é evidenciada, em especial, na região sudeste no País e em relação a certos estilos musiciais, panoramas que diferem com o vivenciado pelo setor no Rio Grande do Sul e, logo, podendo ser referências neste sentido.

**Palavras-chave:** Mercado Fonográfico; Direitos Autorais; Economia Criativa.

**Referências:**

- CÔRTEZ, M. R.; BENZE, R. P.; GALIZIA, F. S.; CÔRTEZ, F. V. F. R.; REIS, L. C. DOS. **O Músico Empreendedor: Novas Possibilidades de Atuação e Novas Necessidades de Formação Profissional em Música** VI Encontro de Estudos Sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas. **Anais...** Recife: 2010.
- DALLA COSTA, A.; SOUZA-SANTOS, E. R. DE. Economia criativa: novas oportunidades baseadas no capital intelectual. **Economia & Tecnologia**, v. 07, n. 25, 2011.
- FRANCISCO, P. A. P.; VALENTE, M. G. **Da Rádio ao Streaming: ECAD, Direito Autoral e Música no Brasil**. Rio de Janeiro: Beco do Azogue, 2016.
- GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.
- HAYNES, J.; MARSHALL, L. Reluctant entrepreneurs: musicians and entrepreneurship in the 'new' music industry. **British Journal of Sociology**, v. 69, n. 2, p. 459–482, 1 jun. 2018.
- MALHOTRA, N. **Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada**. 6. ed. Porto Alegre: Bookman, 2012.

- MELLO, C. H. P.; TURRIONI, J. B.; XAVIER, A. F.; CAMPOS, D. F. Pesquisa-ação na engenharia de produção: proposta de estruturação para sua condução. **Produção**, v. 22, n. 1, p. 1–13, 2012.
- MOLINA-AZORIN, J. F. Mixed methods research in strategic management: Impact and applications. **Organizational Research Methods**, v. 15, n. 1, p. 33–56, jan. 2012.
- OLIVEIRA, J. M. DE; ARAUJO, B. C. DE; SILVA, L. V. **Panorama da Economia Criativa no Brasil**. Rio de Janeiro: [s.n.]. Disponível em: <<http://www.ipea.gov.br>>.
- PAIVA, J. E. R. DE. Direito autoral, MP3 e a nova indústria da música. **Logos**, v. 18, n. 2, p. 31–42, 2011.
- RIBEIRO, M. C. P.; FREITAS, C. O. DE A.; NEVES, R. C. Direitos Autorais e Música: Tecnologia, Direito e Regulação. **Revista Brasileira de Políticas Públicas**, v. 7, n. 3, p. 511–537, 6 fev. 2017.
- TOM FLEMING CONSULTORIA CRIATIVA. **A Economia Criativa Brasileira: análise da situação e avaliação do Programa de Empreendedorismo Social e Criativo Financiado pelo Newton Fund**. [s.l: s.n.]. Disponível em: <<https://bit.ly/3ikYXK7>>. Acesso em: 27 fev. 2024.
- TOSCHER, B.; BJØRNØ, A. M. Music Students’ Definitions, Evaluations, and Rationalizations of Entrepreneurship. **Journal of Arts Management Law and Society**, v. 49, n. 6, p. 389–412, 2 nov. 2019.
- VALENTE, M. G. Por Dentro do Mercado de Música Digital no Brasil. *Em*: FRANCISCO, P. A. P.; VALENTE, M. G. (Eds.). . **Da rádio ao streaming : ECAD, direito autoral e música no Brasil**. 1. ed. Rio de Janeiro: Beco do Azougue, 2016a. p. 265–300.
- ZANELLA, L. C. H. **Metodologia de Estudo e de Pesquisa em Administração**. Florianópolis: Capes, 2009.