

---

## Reconfiguração da indústria fonográfica com o advento das ferramentas de *streaming*: Uma análise de caso do álbum *Witness* da cantora Katy Perry<sup>1</sup>

Edson Benedito Lima Filho<sup>2</sup>  
Juliana Fernandes Teixeira<sup>3</sup>  
Universidade Federal do Piauí, Teresina, PI

### RESUMO

A forma como se ouve música passou por diversas modificações até chegar ao que conhecemos hoje. Graças às plataformas digitais, hoje é possível acessar a música que você deseja ouvir sem muitas dificuldades, dependendo unicamente de uma conexão com a internet e um dispositivo compatível para a reprodução do áudio. Dentro desses questionamentos, a proposta do presente trabalho tem como intuito levantar problemáticas sobre como o impacto desse novo segmento midiático afeta as dinâmicas do público e do mercado. Através de um estudo de caso do álbum *Witness* da cantora Katy Perry tentaremos perceber as implicações das ferramentas de *streaming* na venda e disseminação da música na atual indústria fonográfica.

**PALAVRAS-CHAVE:** indústria fonográfica; música; Spotify; streaming.

### Introdução

Os mecanismos de reprodução de música evoluíram, relativamente, em um pequeno espaço de tempo. Do século XIX, onde se poderia ouvir música exclusivamente em concertos ao vivo, até hoje, dois séculos depois, em que o processo se tornou mais simples e cômodo já que o ouvinte possui uma vasta biblioteca na palma da mão. Junto com essa evolução tecnológica, diversas problemáticas entraram em questão: como essa evolução digital afeta diretamente a economia da indústria musical? Como as dinâmicas entre artista, gravadoras e públicos se alteram em relação às mídias vistas como tradicionais?

É muito comum uma pessoa conectar o fone de ouvido no celular e ouvir músicas por horas enquanto realiza outras atividades, como estudar, trabalhar ou limpar a casa, mas nem sempre o ato de ouvir música foi algo tão simples. A forma como isso ocorre hoje em dia passou por um processo de Convergência, se alterou, evoluiu e incorporou diversas outras ferramentas até chegar a maneira como consumimos música atualmente.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na DT 5 – Comunicação Multimídia do XXI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 30 de maio a 1 de junho de 2019.

<sup>2</sup> Estudante de Graduação 7º. semestre do Curso de Jornalismo da UFPI, e-mail: [edsonlimafilho@hotmail.com](mailto:edsonlimafilho@hotmail.com)

<sup>3</sup> Orientador do trabalho. Professora do Curso de Jornalismo da UFPI, e-mail: [teixeira.juliana.rj@gmail.com](mailto:teixeira.juliana.rj@gmail.com)

---

O processo de Convergência na indústria musical passou por áreas como o rádio e a internet. O autor JENKINS (2009) define Convergência como:

Por convergência, refiro-me ao fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam. (JENKINS, 2009, p. 30)

Assim, pode-se afirmar que para a indústria musical chegar onde está atualmente, foi preciso que o rádio, a internet e o público passassem por transformações que, hoje, são inimagináveis que não existissem no mercado fonográfico.

Segundo LERCH (2015), até meados do século XIX, a única forma de contato com a música era através da experiência de um concerto ao vivo. Era necessário o ouvinte se deslocar até local onde o artista estivesse se apresentando em um horário específico para ter a experiência de consumir conteúdo musical. O caráter do evento implicava diversas limitações para o ouvinte, como o fato dele não ter o total controle sobre o que iria experimentar, não poder decidir sobre quais músicas seriam tocadas, havia a impossibilidade de reouvir as faixas preferidas e não haver o controle do tempo em que teria a experiência do concerto.

A primeira grande revolução na forma como ouvimos música viria no fim do século XIX com o gramofone. O aparelho criado pelo alemão Emil Berliner em 1888 tinha a capacidade de armazenar e reproduzir experiências sonoras, modificando totalmente a percepção de como se ouvia música até então. A possibilidade de se ouvir música no momento em que se queria alterava totalmente o condicionamento da necessidade de ida aos concertos.

Além dessas alterações contextuais, ouvir música gravada é diferente de um concerto; acima das óbvias deficiências técnicas do sistema de gravação e reprodução (largura de banda e alcance dinâmico limitados, acréscimo de distorção e ruído, ausência de ambientação), não há comunicação ou interação direta entre os músicos e a plateia. Isso tem consequências tanto para a gravação, quanto para os ouvintes: no estúdio de gravação não há espectadores, aplausos, o friozinho na barriga do palco, e a reprodução perde as expressões faciais e gestuais dos músicos e a interação com outros ouvintes. Uma gravação também

---

convida o ouvinte a repetir as músicas, liberando um nível de audição analítica inédito na história. (LERCH, Alexander. 2015)

Nas décadas seguintes o desenvolvimento tecnológico da indústria fonográfica se atentou ao aprimoramento técnico do gramofone, como o desenvolvimento de uma melhor experiência na gravação e reprodução das músicas.

O próximo avanço na indústria fonográfica veio com o advento da fita cassete em 1960, apresentada pela empresa *Philips*. O cassete se demonstrou como um grande avanço nas tecnologias fonográficas, sua facilidade de gravação, cópia e personalização nas ordens das músicas foram um atrativo para o público. Os usuários já não estavam presos à ordem e a disposição das faixas como no gramofone, que era impossível uma edição das músicas compostas. Com esse avanço tecnológico, era possível gravar a programação da rádio e fazer cópias de músicas de outros cassetes, além de ser possível a criação de *mix tapes* personalizadas com as músicas preferidas dos usuários.

Embora pareça trivial, através da perspectiva atual, na época, a criação facilitada de uma *playlist* personalizada deu aos consumidores uma liberdade sem precedentes: eles podiam selecionar e combinar músicas individuais, produzir suas próprias fitas para diferentes ocasiões ou amigos, e até criar *mashups* simples. Os ouvintes não eram mais forçados a aceitarem as escolhas de um DJ ou a ordem específica de músicas de um LP. (LERCH, Alexander. 2015)

As vantagens e inovações da fita cassete vão além disso. Como a mídia era compacta e imune a erros quando em movimento, foi possível o desenvolvimento de aparelho portátil que permitisse a reprodução da fita enquanto o usuário está em movimento. Veio assim a febre dos *walkmans* na década de 80.

Nessa mesma década, fora desenvolvida a tecnologia digital com o *compact disc*, os CD'S. O projeto de desenvolvimento do CD foi encomendado em 1974, mas apenas em 1982, com a parceria entre a *Sony* e a *Philips*, é que a mídia foi finalmente desenvolvida e lançada no mercado; o primeiro álbum a ser gravado se chamava “*52nd street*” de Billy Joel. O CD era fácil de manusear; a qualidade da música se distanciava bastante das outras mídias devido à forma de decodificação em MP3, que posteriormente vieram a se tornar uma das formas de codificação mais populares no mundo até hoje.

A facilidade de manuseio do CD possibilitou o desenvolvimento de aparelhos portáteis para a execução da mídia. Nesse cenário, surgiu o sucessor do *walkman*, o *Discman*, também desenvolvido pela Sony, que possibilitou ainda mais a popularidade

do *compact disc*. Já em 1986, a quantidade de CDs produzidos era de 45 milhões de unidades, bastante superior ao do vinil. Em 1992, a marca chegava aos 300 milhões.

A possibilidade de compartilhar arquivos de mp3 instigou o envio e recebimento de músicas pela internet. Com a facilidade da rápida transferência de arquivos permitidas pelo MP3, começaram a surgir diversas comunidades ao redor do globo onde se é possível o compartilhamento de músicas.

O acesso instantâneo aos acervos de músicas de milhares de usuários levou a formas extras de navegar e descobrir novos conteúdos. A percepção da música como algo que se compra em um suporte físico, como um CD, começava a desaparecer, e os consumidores passaram a ver a música como dados disponíveis gratuitamente na Internet. Hoje, serviços de *streaming*, como Pandora e *Spotify*, mudam mais uma vez os paradigmas na medida em que os usuários não entendem mais a música como algo a ser possuído (por exemplo, uma coleção de vinil ou uma pasta virtual no PC com arquivos), mas como algo a ser acessado e executado quando quiserem. (LERCH, Alexander. 2015)

De um sistema que limitava e tornava a experiência sonora algo compartilhado em um concerto ao vivo, para um momento individual e minimalista com as ferramentas de *streaming*, onde existe o livre compartilhamento de dados e a possibilidade de ouvir músicas no momento desejado com vasta biblioteca musical na palma da mão.

### **A música e a pirataria**

Em cada período, as ferramentas que se desenvolveram eram tidas como o meio ideal de se ouvir música. Desde o gramofone ao cassete a indústria fonográfica esteve atrelada diretamente à essas ferramentas de reprodução; a medida em que o público se voltava para as funcionalidades de cada dispositivo, a indústria seguia o caminho e investia no meio para não ser deixada para trás.

Com os meios digitais não foi diferente. A maleabilidade do CD e os arquivos em MP3 permitiram ao público uma customização jamais vista na indústria fonográfica. Desde os *disc mans* ao compartilhamento dos arquivos na internet, a indústria acompanha o fluxo do público.

[...] essas passagens permitem compreender as tensões e as ambiguidades que se operam hoje entre movimento e imobilidade, entre o análogo e o digital, o figurativo e o abstrato, o atual e o virtual" (MACHADO, 1997)

---

Após a evolução do conteúdo impresso para a Internet. A rádio migrou para o mundo virtual procurando não ficar para trás no mercado, como afirma o autor FIDLER (1997):

Desde o final de 1995, quase qualquer rede, canal pago e estação local significativa estabeleceu sua presença na web. (...) Os radialistas também começaram a oferecer programas de informação e clipes de áudio digitais na web. Como os publicadores, os radiodifusores tiveram a grande vantagem de serem capazes de promover fácil e frequentemente seus sites e de desenvolver instantaneamente cibercomunidades. (FIDLER, 1997, p.210)

A praticidade da rede mundial de computadores possibilitou ocorrer essa migração para o ambiente virtual. Assim, a divulgação e a comercialização passou a ser majoritariamente na web. Além disso, pode-se relacionar o conceito de Midiamorfose de FIDLER (1997) a forma em que ocorreu a transformação da maneira em que a música é consumida.

Midiamorfose - A transformação do meio de comunicação, geralmente trazida pela complexa interação de necessidades buscadas, pressões competitivas e políticas e inovações sociais e tecnológicas. (FIDLER, 1997, p.xv)

No meio das mudanças ocorridas, a indústria fonográfica passou por uma grande crise durante o começo do período na internet: a pirataria. Todavia, soluções foram criadas e discussões levantadas para que essa problemática fosse resolvida.

Durante a era de ouro dos álbuns físicos, hackers desenvolveram o que se tornou a maior inimiga das gravadoras musicais: a pirataria. Com a difusão mundial da falsificação de discos, o lucro direto dos artistas através da venda de seus álbuns musicais tornou-se conflitante.

Para tentar solucionar a problemática, sistemas de investigação internacional realizaram séries de operações para barrar a prática. Engana-se quem pensa que a pirataria estava somente na banca do camelô da esquina de seu bairro. O site *Megaupload* era um grande sucesso na primeira parte do século. Com 20GB em arquivos por dia a uma velocidade de 20Mb/s você poderia baixar ilegalmente conteúdos de todo o mundo.

Em 9 de dezembro de 2011, o site de upload publicou um videoclipe onde possuía a presença de grandes nomes da música mundial, a exemplo de Kanye West, Snoop Dogg e will.i.am. em apoio ao site. A canção intitulada “*The Mega Song*” foi logo removida do

---

*YouTube* por solicitação da gravadora Universal Music. Muitos se questionaram o que moveu esses artistas a apoiarem um dos maiores sites de pirataria do mundo.

O Mega foi uma grande dor de cabeça para a polícia internacional, chegando ao fim em 2012, sob acusações do FBI de violações de direitos autorais e por uma especulação de que em breve lançaria um modelo de negócios que competiria diretamente com as gravadoras musicais.

Entretanto, um fato curioso é o da cantora britânica Adele. Segundo uma pesquisa de 2011 do jornal *The Telegraph*, Adele foi a artista mais pirateada no Reino Unido naquele ano. Contudo, ela também foi a cantora que mais vendeu CDs no país, além de ter sido a primeira artista a ter um milhão de faixas vendidas no continente europeu através do iTunes. O que é controverso, a artista mais pirateada foi também a que mais lucrou com a venda de CDs. O analista de música independente Mark Mulligan, em entrevista para o jornal *The Telegraph*, afirma:

Existem três tipos de pessoas que ouvem música - aqueles que compartilham arquivos, aqueles que compram CDs e aqueles que fazem as duas coisas. Não é de surpreender que os artistas que venderam muitos discos no ano passado (2011) também fossem muito populares em sites de download ilegais. Existe uma correlação entre esse sucesso e downloads ilegais. (BARNETTE, 2012)

E foi essa correlação que fez a indústria fonográfica se reestruturar e procurar novos meios para gerar capital.

Era de conhecimento que a população não gostava de pagar pela música, mas acabava pagando caso gostasse do conteúdo. Então, foi necessário criar uma forma mais fácil, mais acessível e mais barata, onde os artistas continuem lucrando mesmo com a livre circulação de seu material na internet. Surgindo assim o *streaming*.

De maneira simplificada, *streaming* é quando você pode acessar determinado conteúdo, sem a necessidade de fazer o download do mesmo, sendo necessária uma conexão com a internet. O serviço não é recente, ele já existia desde a década de 90. Contudo, a baixa qualidade e os vídeos ou músicas travando a todo momento era um tormento para os integrantes da Geração dos *Millennials*.

Entretanto, a chegada da banda larga tornou os serviços de *streaming* populares. A jornalista do TechTudo Mariana Coutinho afirma que

Com a chegada da banda larga, a tecnologia ganhou mais espaço. A popularização do *streaming* traz um número incalculável de

---

possibilidades. A tecnologia permite tanto que se acompanhe um evento ao vivo – como a cerimônia de entrega do Oscar, uma twitcam ou um show que seja transmitido diretamente pela internet – quanto que se faça uso dos serviços on-demand. (COUTINHO, 2013)

Hoje, o *streaming* está presente em todos os lugares da internet e domina a maneira que é consumido o conteúdo digital.

### **Era do *Streaming***

Desenvolvido em Estocolmo, na Suécia, o Spotify é o serviço de *streaming* mais popular e usado no mundo. Segundo o próprio site da plataforma no Brasil

O Spotify é um serviço de *streaming* digital que dá acesso instantâneo a milhões de músicas, podcasts, vídeos e outros conteúdos de artistas de todo o mundo. As funções básicas são gratuitas, como a reprodução de músicas, mas você também pode fazer upgrade para o Spotify Premium. (SPOTIFY)

Com mais de 35 milhões de músicas em seu catálogo, já são mais de 170 milhões de usuários ativos utilizando o serviço, onde 44% são pagantes.

O Spotify possui basicamente três planos de assinatura: o grátis, o Premium e o Premium Familiar, onde nos dois últimos, você pode escutar músicas off-line além de não haver a interrupção de comerciais publicitários.

A lei do *Streaming* é não existir barreiras, os dados são armazenados temporariamente no seu computador ou celular.

Contudo, diversos artistas reclamam do baixo valor repassado pelo Spotify. Em 2014, a cantora Taylor Swift retirou toda a sua discografia da plataforma, causando uma polêmica mundial na indústria fonográfica.

Não estou disposta a submeter o trabalho da minha vida a um experimento que não compensa justamente os escritores, produtores, artistas e compositores. Não concordo com a ideia de que a música não tem valor e deveria ser gratuita.

(Taylor Swift em entrevista ao site Yahoo)

A crítica principal de Swift era de que os serviços não recompensam devidamente os músicos. A *The Trichordist*, desde 2014, publica um relatório sobre o quanto os artistas recebem dos serviços que tocam suas músicas.

---

Segundo dados publicados pela *Trichordist* em janeiro de 2018, a cada *stream* o artista recebe um total de US\$ 0,00397. Sendo em média US\$ 3,97 a cada mil vezes que a música é ouvida no *Spotify*. Apesar de ser o serviço de streaming musical com maior receita, o *Spotify* é somente o sétimo na lista das plataformas que melhor pagam os artistas.

O servidor da *Microsoft*, hoje já extinto, *Groove Music*, ficava em primeiro lugar, a cada mil plays, US\$ 27,30 iam para o artista. Seguido do *Rhapsody* e do *Tidal*, com respectivamente, US\$ 16,82 e US\$ 12,84 a cada mil *streams*.

A cada mil vezes que uma música é ouvida, esse é o preço pago ao artista:

1. **Microsoft Groove Music Pass:** US\$ 27,30
2. **Rhapsody:** US\$ 16,82
3. **Tidal:** US\$ 12,84
4. **Apple Music:** US\$ 7,83
5. **Amazon Music Unlimited:** US\$ 7,40
6. **Deezer:** US\$ 6,24
7. **Google Play Música:** US\$ 6,11
8. **Spotify:** US\$ 3,97
9. **Pandora:** US\$ 1,34
10. **YouTube:** US\$ 0,74

Ainda de acordo com a *Trichordist*, o cantor Ed Sheeran, que além de ter sido o artista mais escutado no *Spotify* em 2017, teve o álbum (*Divide*) e a faixa mais ouvida (*Shape of You*) do ano. Suas músicas foram ouvidas mais de 6.3 bilhões de vezes, fazendo com que ele recebesse da plataforma sueca cerca de US\$25 Milhões.

De acordo com a Federação Internacional da Indústria Fonográfica (IFPI), no ano de 2017, 38,4% da receita global da indústria fonográfica veio através do *streaming*, sendo o maior responsável pelo lucro.

The nature of this engagement continues to grow and evolve, reflecting the enormously rich and exciting opportunities today's fans have to listen to music in multiple ways, whenever and wherever they wish to do so<sup>4</sup>." Frances Moore, CEO do IFPI

---

<sup>4</sup> A natureza desse envolvimento continua a crescer e evoluir, refletindo as oportunidades extremamente ricas e empolgantes que os fãs de hoje têm para ouvir música de várias maneiras, quando e onde quiserem. "Frances Moore, CEO do IFPI (tradução nossa)



---

Ainda segundo a Federação, após 15 anos de declínio no mercado da música, em 2017 ocorreu um terceiro ano consecutivo de crescimento. A Federação também estima que até o final do mesmo ano, globalmente existiam 176 milhões de usuários com contas pagas em serviços de *streaming*.

As receitas totais em 2017 foram de U\$ 17,3 bilhões (sendo U\$ 6,6 bilhões só de *streaming*), segundo o Relatório Global de Música 2018 da IFPI. E o *streaming* é o principal fomentador dessa recuperação da indústria. Já são 176 milhões de usuários de serviços de *streaming* pagos, contribuindo para um crescimento anual de 41,1%.

Segundo o relatório “*Connecting with music*” do último semestre de 2017 do IFPI, os ouvintes estão cada vez mais engajados com a transmissão de áudio (*streaming*): 45% dos amantes da música, a escutam através de um serviço de *streaming* licenciado (37% a mais que em 2016).

Além disso, 96% dos usuários da internet já consomem música licenciada (que inclui áudio *streaming*, vídeo *streaming*, compra física, downloads digitais e rádio), tendo 98% desse público entre 16 e 24 anos. O relatório ainda afirma que o atual ouvinte de conteúdo musical escuta música licenciada de quatro maneiras diferentes: através de compras de cópias físicas ou downloads pagos; por meio de serviços de *streaming* de música; através de serviços de *streaming* de vídeo e a tradicional música no rádio.

### **Estudo de caso do álbum *Witness***

A cantora norte-americana Katy Perry, em seu último álbum de estúdio *Witness*, lançado em 2017, resolveu adotar uma estratégia diferente: liberou gratuitamente todas as músicas do CD no *YouTube* para quem quisesse ouvir. Perry, que é assumidamente a favor do *streaming*, já se aliou ao *Spotify* para organizar uma festa em homenagem aos escritores, produtores e compositores do mundo da música.

Segundo dados da Nielsen Music, cedidos a *Billboard*, em seus trabalhos anteriores, Perry vendeu 3 milhões de cópias do álbum *Teenage Dream* (álbum de maior sucesso da artista) somente nos Estados Unidos; 1.71 milhão de cópias do álbum *One of the Boys* (2008) e 1.7 milhão de cópias do álbum *PRISM* (2013). Números que são bastante expressivos em um contexto em que o *streaming* ainda não dominava a indústria e a pirataria reinava. Esse feito, fez com que Perry fosse considerada pela Associação da Indústria de Gravação da América (RIAA) a artista que mais vendeu música digital na história.

---

Eighteen Katy Perry songs, from early favorites like “I Kissed a Girl” and “Hot N Cold” to popular new releases like “Dark Horse” and “Birthday” are included in Perry’s 72 million cumulative Digital Single Certifications counting downloads and on-demand streams. The new batch of certifications vaults Katy to the top of the RIAA’s list of artists with the most G&P Digital Single Certifications, and makes Perry the first artist to surpass the 70 million digital award threshold – 20 million ahead of any other artist.<sup>5</sup> (RIAA)

Com o *Witness*, Perry alcançou a posição de #1 na Billboard 200 (parada musical que classifica os álbuns de melhor desempenho nos EUA a cada semana). Globalmente, *Witness* liderou a parada de álbuns do iTunes em 46 países. E os singles do álbum "*Swish Swish*" e "*Chained To The Rhythm*" são certificados *Gold* e *Platinum* pela Associação da Indústria de Gravação da América (RIAA), respectivamente.

Todavia, para os fãs de música pop o álbum foi considerado um fracasso em número de vendas. Isso devido ao rico histórico de vendas digitais da californiana em seus trabalhos anteriores.

Comparado aos trabalhos anteriores, em especial ao álbum *Teenage Dream* (2010), o qual bateu recordes mundiais com a venda física e digital do álbum e dos singles, o *Witness* não teve o desempenho esperado em suas vendas físicas e digitais. Contudo, não se pode comparar os lucros dos álbuns em uma época em que as engrenagens da indústria fonográfica funcionam de uma maneira diferente.

De acordo com o ranking anual da *Forbes*, Katy Perry foi a mulher mais bem paga de 2018 na indústria musical, tendo lucrado cerca de US \$ 83 milhões entre junho de 2017 e julho de 2018. Contudo, o alto lucro da cantora não está relacionado diretamente com a venda de seus álbuns ou *streamings*, a cantora lucrou cerca de US \$ 1 milhão por noite com sua turnê *Witness: The Tour*, além de ser jurada do *reality show American Idol*, recebendo um salário de US \$ 20 milhões.

Com isso, pode-se perceber que a artista utilizou de outras formas para arrecadar lucro. Essa é uma tendência que pode ser percebida atualmente entre os artistas do ramo

---

<sup>5</sup> Dezoito músicas de Katy Perry, desde as primeiras como “I Kissed a Girl” e “Hot N Cold” até os novos lançamentos mais populares como “Dark Horse” e “Birthday” estão incluídas nos 72 milhões de Certificados Digitais, contando downloads e on-demand. O novo lote de certificações coloca Katy no topo da lista de artistas da RIAA com mais Certificações Digitais G&P, e faz de Perry a primeira artista a ultrapassar a marca de 70 milhões de vendas digitais - 20 milhões à frente de qualquer outro artista. (RIAA, 2014, tradução nossa)

---

musical. Para complementarem seus lucros eles se aliam a marcas para comercializarem outros serviços e produtos, como maquiagens, sapatos, roupas, dentre outros. Todavia, isso não faz com que o lucro da venda de músicas através do streaming seja baixo.

Como citado anteriormente neste trabalho, atualmente o streaming é a principal fonte de divulgação e consumo de todo o conteúdo musical mundialmente. Só com o álbum *Witness*, Perry já contabiliza com mais de 900 milhões de *streamings* no *Spotify* e 1 bilhão de *streamings* no *Youtube*, plataforma em que a cantora disponibilizou o álbum gratuitamente.

### **Considerações Finais**

Pudemos observar durante esse trabalho que a história da música se reconfigurou ao longo da história da indústria fonográfica. Percebemos uma maleabilidade do público com o surgimento de mídias mais acessíveis.

Diversas mudanças ocorreram da pirataria à atual era do *streaming*. De um cenário em que antes, artistas e gravadoras viviam com receio de que suas músicas estivessem transitando livremente na internet, para uma era em que 96% dos internautas estão consumindo músicas licenciadas na web.

Em 2011, ninguém cogitaria que bandas do mundo *mainstream* poderiam disponibilizar seus trabalhos na rede mundial de computadores para que qualquer um pudesse desfrutar. Talvez, os artistas que apoiaram a “*The Mega Song*” com seus trechos, que hoje, isolados, não nos parecem tão estranhos, tenham sido visionários. “*Quando eu quero espalhar meus arquivos pelo mundo. Eu uso o MegaUpload. / Porque ele é rápido, do jeito que eu gosto.*”

Além disso, compreende-se que a indústria se utiliza desses meios para não perder a gama de clientes em potencial. O impacto que essas novas mídias causam nas anteriores já tidas como padrão é perceptível (mas isso não quer dizer que as mídias anteriores irão cair em declínio ou sumir). As novas ferramentas se mostram como complementares aos já tradicionais. Assim como Perry, que mesmo utilizando de outras meias para fomentar os seus lucros finais, os artistas utilizam as ferramentas de streaming para divulgar e vender suas músicas de forma licenciada, alternativa encontrada para combater a pirataria.

Os *streamings* se posicionam como uma evolução na indústria fonográfica, uma junção de diversas outras mídias condensadas em um sistema acessível ao público e altamente lucrativo para quem investe no campo.

## REFERÊNCIAS

BARNETT, Emma. (2012). **London tops Britain's illegal download chart.** The Telegraph. Disponível em < <https://www.telegraph.co.uk/technology/news/9072084/London-tops-Britains-illegal-download-chart.html> > Acesso em 12/06/2018.

BEE, Olivia. **Ask Billboard: Katy Perry's Career Song & Album Sales.** Billboard. Disponível em < <https://www.billboard.com/articles/columns/chart-beat/7694308/ask-billboard-katy-perrys-career-song-album-sales> > Acessado em: 15/04/2019.

BORBOLLA, Thiago. **Quanto o Spotify, Tidal, Deezer, Apple Music e etc. paga pra cada artista?.** Disponível em < <http://www.papelpop.com/2018/04/quanto-o-spotify-tidal-deezer-apple-music-e-etc-paga-pra-cada-artista/> > Acesso em 05/06/2018

CAULFIELD, Keith. **Katy Perry Scores Third No. 1 Album on Billboard 200 Chart With 'Witness'.** Disponível < <https://www.billboard.com/articles/columns/chart-beat/7833967/katy-perry-witness-no-1-album-billboard-200-chart/>> Acessado em: 16/04/2019

CHARTMASTERS. **CSPC: Katy Perry Popularity Analysis.** Disponível em < <https://chartmasters.org/2018/03/cspc-katy-perry-popularity-analysis-2/15/>> Acessado em: 14/04/2019.

---

CHAIRMAN, Plácido Domingo. **Global Music Report 2018 ANNUAL STATE OF THE INDUSTRY**. Disponível em < <http://www.ifpi.org/downloads/GMR2018.pdf> > Acesso em 12/06/2018.

LERCH, Alexander. **Uma breve história de como ouvimos música**. Disponível em < <https://www.gazetadopovo.com.br/manualdousuario/historia-ouvir-musica/> > Acesso em 11/06/2018.

FREIRE, Raquel. **Primeiro CD completa 30 anos de existência; saiba como foi sua criação**. < <http://www.techtudo.com.br/noticias/noticia/2012/10/o-primeiro-cd-completa-30-anos-de-existencia.html> > 09/06/2018

MULLER, Leonardo. **Spotify já tem 170 milhões de usuários ativos por mês; 44% pagantes**. Disponível em < <https://www.tecmundo.com.br/mercado/129901-spotify-tem-170-milhoes-usuarios-ativos-mes-44-pagantes.htm> > 11/06/2018

COUTINHO, Mariana. **Saiba mais sobre *streaming*, a tecnologia que se popularizou na web 2.0**. Techtudo. Disponível em < <http://www.techtudo.com.br/artigos/noticia/2013/05/conheca-o-streaming-tecnologia-que-se-popularizou-na-web.html> > Acesso em 13/06/2018.

R7. **Katy Perry é a artista que mais vendeu música digital na história**. Disponível em < <https://diversao.r7.com/pop/musica/katy-perry-e-a-artista-que-mais-vendeu-musica-digital-na-historia-13062017> > Acessado em: 13/04/2019.

REUTERS. **Taylor Swift retira todas suas músicas do Spotify antes de lançar álbum**. Disponível em < <http://g1.globo.com/musica/noticia/2014/11/taylor-swift-retira-todas-suas-musicas-do-spotify-antes-de-lancar-album.html> > Acesso em 06/06/2018

REUTERS. **Transmissão ao vivo e rixa levam 'Witness', de Katy Perry, ao número 1**. Disponível < <https://g1.globo.com/musica/noticia/transmissao-ao-vivo-e-rixa-levam-witness-de-katy-perry-ao-numero-1.ghtml> > Acesso em 17/04/2019

RIAA. **RIAA Crowns Katy Perry Top Certified Digital Artist Ever**. Disponível em < <https://www.riaa.com/riaa-crowns-katy-perry-top-certified-digital-artist-ever/> > Acesso em 15/04/2019.

ROLLING STONE. **Katy Perry é a mulher mais bem paga de 2018 e não é por causa dos seus discos**. Disponível < <https://rollingstone.uol.com.br/noticia/katy-perry-e-mulher-mais-bem-paga-de-2018-e-nao-e-por-causa-dos-seus-discos/> > Acessado em: 11/04/2019.

---

**ROLLING STONE. Venda de álbuns está despencando tão rápido quanto serviços de streaming estão crescendo.** Disponível em <  
<https://rollingstone.uol.com.br/noticia/venda-de-albuns-esta-despencando-cao-rapido-quanto-servicos-de-streaming-estao-crescendo/>> Acessado em: 12/04/2019.

**VEJA. Taylor explica retirada de músicas do Spotify: ‘Não compensa’.** Disponível em <  
<https://veja.abril.com.br/entretenimento/taylor-explica-retirada-de-musicas-do-spotify-nao-compensa/>> Acessado em: 10/04/2019.