



**DIREITO E MÚSICA NO BRASIL: LADY GAGA ENTRE MEGAEVENTOS E
PUBLICIDADE DO FUTEBOL**
**LAW AND MUSIC IN BRAZIL: LADY GAGA BETWEEN MEGA-EVENTS AND
FOOTBALL ADVERTISING**

Luis Otávio Vilela da Cruz¹

RESUMO

O artigo analisa a inter-relação entre o fenômeno Lady Gaga e diferentes ramos do Direito brasileiro, tomando como eixos empíricos (i) o megashow gratuito em Copacabana (“Gagacabana”), com ênfase nas dimensões de segurança pública e Direito Comercial, e (ii) o uso de referências musicais de Gaga em anúncios de contratação no futebol, centrado no caso do atacante Alerrandro, com atenção a Direito Desportivo, marketing e propriedade intelectual. Metodologicamente, adota-se pesquisa qualitativa, exploratória, com levantamento bibliográfico e abordagem crítico-reflexiva do campo Law & Music, apoiada em texto-base e em bibliografia de Direito & música, Direito & literatura e hermenêutica, além de registros públicos e materiais institucionais/midiáticos sobre os casos selecionados. Os resultados indicam que megaeventos musicais operam como infraestrutura jurídico-econômica, exigindo governança integrada de risco e mobilizando cadeias contratuais e externalidades de mercado; e que a comunicação esportiva contemporânea incorpora repertórios pop como estratégia de engajamento, tornando visíveis regimes de licenciamento e tutela autoral no marketing do futebol. Conclui-se que Lady Gaga constitui objeto particularmente adequado para estudos em Direito & música por condensar, simultaneamente, circulação cultural, indústria do entretenimento e práticas regulatórias e comerciais em ambientes urbanos e digitais.

Palavras-chave: direito e música; megaeventos; segurança pública; direito desportivo; propriedade intelectual.

¹Membro e pesquisador dos grupos **NEPEDILIS** (PUC Minas) e **POP.EDUCA** (UFSCar/Fatec Barueri), com atuação nas interfaces entre direito, literatura, cultura pop, educação e diversidade. **Mestrando Profissional em Produção de Conteúdo Multiplataforma** pela **UFSCar** (campus São Carlos/SP). **Bacharel em Direito** (PUC Minas, Poços de Caldas, 2021). **Especialista em Advocacia Criminal** (Legale Educacional, 2025), em **Tribunal do Júri e Execuções Penais** (Legale Educacional, 2025) e em **Perícias Criminais e Medicina Legal** (Legale Educacional, campus São Paulo, 2026). **Graduando em Ciências Contábeis** pela **Faculdade Lumina**. luisvilelajuridico@outlook.com
ORCID: <https://orcid.org/0009-0000-8416-1319>.

ABSTRACT

This article examines the interrelationship between the Lady Gaga phenomenon and different branches of Brazilian law, focusing on two empirical axes: (i) the free mega-concert in Copacabana (“Gagacabana”), emphasizing public security and Commercial Law; and (ii) the use of Gaga-related musical references in football signing announcements, centered on striker Alerrandro, highlighting Sports Law, marketing, and intellectual property. Methodologically, the study adopts a qualitative, exploratory design based on bibliographic research and a critical-reflexive Law & Music framework, supported by a base-text and scholarship on Law & Music, Law & Literature, and hermeneutics, as well as public records and institutional/media materials concerning the selected cases. Results show that music mega-events operate as legal-economic infrastructures, requiring integrated risk governance and mobilizing contractual chains and market externalities; and that contemporary football communication appropriates pop repertoires as engagement strategies, making licensing regimes and copyright constraints visible in sports marketing. The article concludes that Lady Gaga is an especially suitable object for Law & Music research because it simultaneously concentrates cultural circulation, entertainment industry logics, and regulatory and commercial practices in urban and digital environments.

Keyword: law and music; mega-events; public security; sports law; intellectual property.

Artigo recebido em: 08/02/2026

Artigo aceito em: 25/03/2026

Artigo publicado em: 01/04/2026

Doi: <https://doi.org/10.24302/acaddir.v8.6246>

1 INTRODUÇÃO

A relação entre Direito e música tem se consolidado como campo interdisciplinar de investigação, capaz de produzir leituras crítico-reflexivas sobre fenômenos sociais que o jurídico tradicionalmente tende a enquadrar apenas por categorias dogmáticas (Müller; Taporosky Filho, 2023). Nessa perspectiva, a agenda *Law & Music*, embora herdeira do movimento *Law & Literature*, exige recorte metodológico próprio, atento às especificidades da música como prática cultural, meio de comunicação e estrutura de mercado (Apalategui, 2019; Müller; Taporosky Filho, 2023). Assim, ao admitir que a música transmite mensagens e mobiliza públicos amplos, torna-se possível analisar o fenômeno musical como via de acesso a conflitos jurídicos e disputas de sentido socialmente relevantes, especialmente a partir do

método do “direito na música” (Apalategui, 2019; Oliveira, 2021; Müller; Taporosky Filho, 2023).

Com base nesse referencial, este artigo analisa a inter-relação entre a cantora Lady Gaga e diferentes ramos do Direito brasileiro. A artista é tomada não como elemento meramente ilustrativo, mas como eixo empírico para examinar de que modo eventos, narrativas e práticas de circulação midiática associadas a um fenômeno pop global acionam, simultaneamente, normas de natureza pública e privada. O objetivo é compreender como a economia cultural construída em torno da artista e as estratégias comunicacionais dela derivadas permitem observar o Direito em operação, especialmente nas tensões entre regulação estatal, mercado do entretenimento, publicidade, proteção de dados, direitos autorais, direitos da personalidade, consumo e segurança pública (Arrabal; Nascimento, 2020; Müller; Taporosky Filho, 2023).

Do ponto de vista empírico, a pesquisa se organiza a partir de dois eixos exemplificativos de elevada densidade jurídico-institucional. O primeiro refere-se ao megashow gratuito de Lady Gaga na Praia de Copacabana, apresentado pela Riotur como evento de grande impacto econômico e turístico e marcado pela presença de cerca de 2,1 milhões de pessoas. A dimensão do caso evidencia a incidência de diversos ramos do Direito, como Direito Administrativo, Constitucional, do Consumidor, Civil, do Trabalho e Penal, além de envolver questões relacionadas à gestão de riscos em eventos de massa e ao papel do ambiente digital na organização de ameaças, tema ressaltado em cobertura internacional sobre a atuação policial para frustrar plano de ataque ao evento (Reuters, 2025).

Figura 1 – Vista aérea do público e da estrutura do show de Lady Gaga na Praia de Copacabana (Rio de Janeiro, 2025).



Fonte: Agência Brasil (EBC, 2025).

O segundo eixo empírico examina a apropriação de referências de Lady Gaga na comunicação institucional de contratações no futebol brasileiro, com foco no caso do atacante Alerrandro. Em 2019, o Red Bull Bragantino anunciou sua contratação “ao som de Lady Gaga”, em peça de ampla repercussão na mídia esportiva, e, posteriormente, o Sport Club Internacional utilizou associação semelhante entre o nome do jogador e a canção “Alejandro” como estratégia de engajamento nas redes sociais (Globo Esporte, 2019, on-line; Sport Club Internacional, 2026; Zona Mista, 2026). O caso evidencia a articulação entre direito do futebol e propriedade intelectual, na medida em que o anúncio de contratação integra a lógica econômica do espetáculo esportivo e da gestão de marca, ao mesmo tempo em que mobiliza obra musical e/ou fonograma em conteúdo promocional, tornando visíveis os regimes jurídicos que disciplinam o uso de criações intelectuais na indústria do entretenimento (Globo Esporte, 2019; Sport Club Internacional, 2026; Zona Mista, 2026).

Figura 2 – Frame do vídeo de anúncio da contratação de Alerrandro pelo Sport Club Internacional, com referência musical a Lady Gaga (“Alejandro”).



Fonte: Caspary, Eduardo. 2026.

Esses episódios, ao deslocarem a música para o centro da comunicação institucional, permitem discutir, no contexto do Direito brasileiro, direitos autorais e conexos, publicidade, exploração econômica de conteúdos, circulação em plataformas digitais e regimes de licenciamento, sem ignorar a dimensão transnacional do mercado musical. Metodologicamente, o artigo adota abordagem qualitativa, exploratória e bibliográfica, articulando a delimitação conceitual do campo Direito & música e de seus fundamentos epistemológicos à análise de casos exemplificativos (o megashow em Copacabana e os anúncios esportivos) para mapear incidências jurídicas acionadas por um fenômeno pop (Trindade; Bernsts, 2017; Apalategui, 2019; Oliveira, 2021; Müller; Taporosky Filho, 2023). Para isso, utiliza bibliografia teórico-metodológica e hermenêutico-jurídica, bem como registros públicos e materiais institucionais e midiáticos, empregados como evidências empíricas exemplificativas, com o objetivo de demonstrar que Lady Gaga, enquanto artista e marca cultural, permite observar o Direito em operações concretas que regulam cidades, mercados, plataformas e discursos, desde que a análise preserve rigor teórico e metodológico (Gadamer, 1999; Reale, 1994; Kelsen, 1998; Streck, 2000; Grau, 2002; Müller; Taporosky Filho, 2023).

O estudo parte do referencial teórico do campo Direito & música para examinar, em dois casos exemplificativos, incidências jurídicas relacionadas a megaeventos,

publicidade, propriedade intelectual e circulação de conteúdos, utilizando doutrina, artigos científicos, registros públicos e materiais institucionais e midiáticos como base de análise. O objetivo não é estabelecer causalidades gerais, mas mapear e interpretar juridicamente os fenômenos observados, em coerência com o problema de pesquisa, o referencial teórico e as conclusões do artigo (Trindade; Bernsts, 2017; Apalategui, 2019; Oliveira, 2021; Müller; Taporosky Filho, 2023; Gadamer, 1999; Reale, 1994; Kelsen, 1998; Streck, 2000; Grau, 2002).

2 DESENVOLVIMENTO

O campo Direito & música pode ser compreendido como desdobramento do giro interdisciplinar que, no Brasil, consolidou o movimento Direito & literatura e, com ele, exigências epistemológicas e metodológicas voltadas a sustentar pesquisas jurídico-humanísticas com rigor. A bibliografia especializada adverte que a expansão desses estudos exige atenção às matrizes teóricas e ao método, sob pena de a interdisciplinaridade se reduzir a aproximações impressionistas (Trindade; Bernsts, 2017). Esse alerta também se aplica ao Direito & música, já que a música, como linguagem estética, comunicacional e industrial, tende a mobilizar adesões afetivas que não dispensam construção teórica consistente (Müller; Taporosky Filho, 2023). Nessa perspectiva, a música deve ser tratada não como ilustração externa do jurídico, mas como prática social e mercadoria cultural capaz de revelar normas, instituições, contratos, direitos da personalidade, propriedade intelectual e disputas de mercado.

A genealogia do campo remete a *Law & Literature*, mas não se esgota nela. Embora as abordagens sejam aproximadas, o objeto musical exige tratamento próprio, porque envolve performance, fonograma, execução pública, circulação em plataformas, sincronização audiovisual e economia do espetáculo (Apalategui, 2019; Müller; Taporosky Filho, 2023). Por isso, ganha relevo a proposta de uma “melografia jurídica”, voltada a articular categorias da estética e da musicologia com a teoria e a filosofia do Direito, sem subordinação entre os campos (Apalategui, 2019). No recorte “direito na música”, a análise se dirige às temáticas jurídicas presentes em obras, performances, campanhas e regimes de circulação, tomando a música como meio de comunicação socialmente situado e apto a leituras jurídicas (Oliveira, 2021; Apalategui, 2019; Müller; Taporosky Filho, 2023).

Essa chave se fortalece quando articulada ao debate sobre cultura popular e circulação econômica de signos. A literatura de *law and popular culture* mostra que o Direito pode ser observado em ação nas práticas midiáticas, nos mercados culturais e nas disputas de sentido que atravessam o cotidiano (Greenfield; Osborn, 2007; Asimow; Brown; Papke, 2014). No caso da música pop, isso significa reconhecer que obras, fonogramas, performances, imagens, marcas e estratégias de engajamento já nascem inseridos em arranjos jurídico-institucionais. Desse ponto de vista, a propriedade intelectual ocupa lugar central, pois a música pop é simultaneamente criação artística e ativo econômico, submetida a regimes de autoria, titularidade, licenciamento, sincronização e exploração comercial (Barbosa, 2013; Bittar, 2022; Costa Netto, 2025). Ao mesmo tempo, a tutela civil-constitucional da pessoa e dos direitos da personalidade amplia a compreensão dos conflitos que envolvem imagem, reputação, associação simbólica e exploração econômica da identidade, especialmente quando a celebridade opera como marca cultural (Tepedino, 2006).

É nessa moldura que Lady Gaga se apresenta como objeto empiricamente fecundo para análise jurídica. Mais do que uma artista, ela condensa celebridade, marca cultural e performance estética, permitindo observar, numa mesma plataforma empírica, tensões entre liberdade artística, regulação econômica, publicidade, reputação, propriedade intelectual e governança de plataformas (Deflem, 2016; Iddon; Marshall, 2014; Horn, 2010; Yebra, 2018; Click; Lee; Holladay, 2013). Também por isso, o objeto é útil para examinar tanto grandes eventos musicais, nos quais se cruzam Direito Administrativo, urbanístico, consumidor, trabalho, responsabilidade civil e segurança pública, quanto apropriações musicais no futebol, em que se articulam Direito Desportivo, gestão de marca, direitos de imagem, publicidade e licenciamento de conteúdo (Souza, 2014; Melo Filho, 1999). Em síntese, o referencial adotado sustenta que, em pesquisas Direito & música, não basta perguntar quais normas incidem sobre a música; importa compreender como a música, enquanto prática social e indústria cultural, torna visíveis e reorganiza categorias jurídicas em operações concretas (Müller; Taporosky Filho, 2023).

A partir do referencial delineado, o desenvolvimento do artigo passa ao exame de dois casos empíricos selecionados, com o propósito de evidenciar como a circulação da música em contextos institucionais distintos aciona incidências jurídicas concretas. O primeiro caso envolve o megashow de Lady Gaga em Copacabana,

enquanto o segundo se volta ao uso de referências da artista em anúncios de contratações no futebol brasileiro. Em conjunto, esses eixos permitem observar, sob perspectivas complementares, a atuação do Direito em operações que articulam cultura, mercado, comunicação e regulação.

2.1 GAGACABANA COMO MEGAEVENTO: SEGURANÇA PÚBLICA E DIREITO COMERCIAL COMO EIXOS DE INCIDÊNCIA

Os achados indicam que o “Gagacabana” (show gratuito de Lady Gaga na Praia de Copacabana, maio de 2025) constitui um caso paradigmático de megaevento cultural em que o Direito se manifesta menos como abstração normativa e mais como arranjo operativo, capaz de coordenar, em curto intervalo de tempo, múltiplos sistemas (administração pública, forças de segurança, mobilidade urbana, saúde, limpeza urbana, turismo, patrocínios e cadeias privadas de serviço). A literatura institucional disponível confirma a escala do acontecimento e o tratamento governamental do evento como política pública de atração turística e de dinamização econômica, com estimativas oficiais de impacto econômico na ordem de centenas de milhões de reais (Prefeitura do Rio; Riotur, 2025a; Agência Brasil, 2025a).

Do ponto de vista da segurança, o conjunto de documentos e notícias consultados sugere que a governança de risco adotada para o evento se estruturou por três vetores: (i) planejamento operacional integrado (coordenação interagências, definição de fluxos e responsabilidades); (ii) controle territorial (bloqueios, ordenamento de acesso, monitoramento da orla e das transversais); e (iii) intensificação tecnológica do monitoramento (câmeras, drones e infraestrutura adicional de vigilância). A Riotur, ao divulgar o plano operacional, enfatizou medidas como cronograma de abertura do espaço, organização do palco, controle de operação e estimativa inicial de público, em comunicação institucional vinculada ao Centro de Operações Rio (Riotur, 2025b). Em complemento, a própria notícia da Riotur pós-evento registra, com números, a expansão de recursos de monitoramento (câmeras ao longo da Avenida Atlântica e em Copacabana, além de drones e equipamentos fornecidos pela organização), o que reforça o entendimento de que megaeventos passam a ser administrados por racionalidade de segurança preventiva e gestão em tempo real (Riotur, 2025c).

Ainda no plano da segurança, a cobertura jornalística da Agência Brasil relatou um esquema com “mais de 5,3 mil agentes”, explicitando o caráter de mobilização massiva do aparato estatal para preservação da ordem e da incolumidade pública (Agência Brasil, 2025b). A mesma rede pública noticiou, no dia do evento, atuação policial para impedir um ataque com explosivos improvisados, mencionando operação e diligências conduzidas pela Polícia Civil (Agência Brasil, 2025c). Para fins analíticos, esse conjunto evidencia que megaeventos culturais não se limitam à tutela administrativa do espaço público: eles reposicionam o debate jurídico sobre dever estatal de proteção, prevenção de riscos e reação institucional a ameaças num ambiente em que a circulação de pessoas e informações é intensa e, frequentemente, acelerada por dinâmicas digitais.

Esses resultados se conectam com uma dimensão adicional: a “segurança” do megaevento não se restringe ao policiamento ostensivo, mas inclui cadeias privadas de segurança e protocolos de gestão de público que são, em grande parte, estruturados por normativas técnicas e práticas de organização de eventos. Um exemplo de material útil para enquadrar esse eixo, com linguagem de manual, é o “Guia de Escopo Operacional” divulgado em repositório governamental do Estado do Rio de Janeiro, que apresenta parâmetros de dimensionamento e composição de segurança (por exemplo, quantitativos de vigilantes por público estimado) e reforça a lógica de planejamento prévio e distribuição funcional de equipes (Rio de Janeiro (Estado), 2019). Sem assumir esse documento como fonte normativa exclusiva, ele cumpre função metodológica: demonstrar que a segurança de eventos é tratada como atividade com padrões operacionais, frequentemente articulando obrigações contratuais (contratação de serviços de segurança), requisitos de conformidade (alvarás/licenças) e práticas de responsabilidade civil (prevenção de danos e deveres de cuidado).

No eixo do Direito Comercial, os achados convergem para tratar o Gagacabana como um caso de economia do espetáculo em que o show é apenas o “evento âncora” de uma cadeia maior de exploração econômica, envolvendo turismo, hotelaria, alimentação, transporte, comércio formal e informal, patrocínios, mídia e serviços temporários. Documentos da Prefeitura e do COR atribuíram ao evento um impacto econômico estimado em aproximadamente R\$ 600 milhões, com justificativas baseadas em estudos e indicadores de fluxo turístico e consumo (Prefeitura do Rio;

Riotur, 2025a; Prefeitura do Rio (COR), 2025). A Agência Brasil, ao repercutir o estudo municipal, também reforçou a lógica de comparação com megaevento anterior (Madonna em 2024) e a metodologia de estimativas de gasto e permanência de turistas (Agência Brasil, 2025a). O estudo técnico disponibilizado em PDF pela Prefeitura (Balassiano; Leme, 2025), por sua vez, explicita tratar-se de “Potenciais Impactos Econômicos” e situa a análise no campo de impactos econômicos de eventos, o que dá densidade documental ao recorte comercial (Balassiano; Leme, 2025).

Sob a ótica jurídico-comercial, isso permite discutir, com lastro empírico, ao menos quatro categorias de incidência: (i) contratos e arranjos de financiamento (parcerias público-privadas, patrocínios e contratações de serviços), (ii) cadeias de fornecimento e consumo (serviços temporários e permanentes, relação com turistas e consumidores locais), (iii) gestão de marca territorial (cidade como produto turístico: “destino de grandes eventos”) e (iv) externalidades regulatórias (ordem pública, ambulantes, fiscalização, impactos em mobilidade e infraestrutura). Nessa direção, a Prefeitura e a Riotur também publicaram material de posicionamento institucional sobre o Rio como “destino dos grandes eventos”, situando os shows de maio em Copacabana como parte de uma estratégia mais ampla de calendário e credibilidade para atrair produtores e investidores (Riotur, 2025d).

Como resultado interpretativo, o Gagacabana se mostra particularmente adequado para articular Direito Comercial com políticas urbanas: a mesma ação estatal que protege e organiza (plano operacional, segurança e mobilidade) também promove e justifica economicamente o evento, reforçando uma racionalidade de “cidade-mercado” (Prefeitura do Rio; Riotur, 2025a; Riotur, 2025d). Isso desloca a análise do “show como espetáculo” para o “show como infraestrutura jurídica e econômica”, revelando o modo como a música, enquanto bem cultural, pode funcionar como motor de mercados e como argumento para decisões administrativas, em um cenário em que segurança pública e economia urbana se interdependem.

2.2 ALERRANDRO E LADY GAGA: COMUNICAÇÃO DE CONTRATAÇÃO, DIREITO DESPORTIVO E INCIDÊNCIAS DE PROPRIEDADE INTELECTUAL E MERCADO

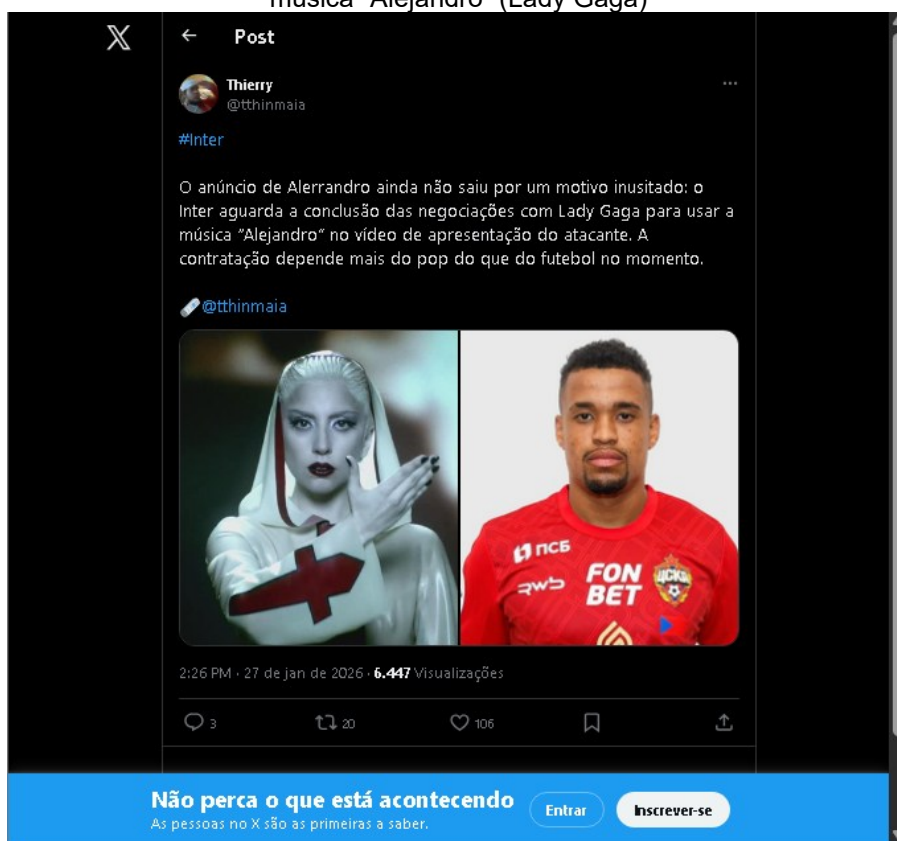
No segundo eixo, os resultados indicam que a apropriação de referências de Lady Gaga em anúncios e narrativas de contratação no futebol brasileiro funciona como evidência de um fenômeno contemporâneo: a centralidade da comunicação institucional e da economia da atenção no produto futebol. O anúncio de atleta não opera apenas como informação esportiva; ele se transforma em peça de marketing que integra a gestão de marca do clube, dialoga com o ecossistema de plataformas e disputa a audiência no tempo curto das redes. No caso de Alerrandro, registros jornalísticos e de mídia esportiva demonstram que esse tipo de anúncio já havia sido explorado em 2019, quando o Red Bull Bragantino anunciou a contratação “ao som de Lady Gaga”, com ampla repercussão (Globo Esporte, 2019).

Em 2026, a contratação de Alerrandro pelo Sport Club Internacional foi oficializada institucionalmente e repercutida por cobertura e comentários em redes, com ênfase na criatividade do anúncio associado à música “Alejandro” e ao nome do jogador (Sport Club Internacional, 2026; Caspary, 2026). Além disso, postagens de veículos e perfis esportivos destacaram explicitamente que o anúncio foi feito “com música da Lady Gaga”, reforçando a natureza musical como recurso de engajamento (CazéTV, 2026).

Do ponto de vista do Direito Desportivo e do Direito Comercial, esse conjunto empírico permite discutir duas dimensões principais. A primeira é comercial-institucional: a contratação é um ativo de marca, articulado a patrocínios, direitos de imagem, exploração audiovisual e monetização indireta (aumento de engajamento, fortalecimento de identidade, captação de sócios/consumidores). Mesmo quando a peça publicitária é “humorística” ou “memética”, ela integra a lógica empresarial do futebol e pode ser lida como manifestação do clube no mercado de entretenimento. A segunda dimensão é jurídico-normativa: quando a campanha incorpora música reconhecível, ela aciona regimes de propriedade intelectual (direitos autorais e conexos) e, dependendo do caso, regimes de publicidade e licenciamento em plataformas.

Aqui, cabe um achado importante: circulou em redes sociais a informação de que o anúncio de Alerrandro “ainda não saiu” em determinado momento por um motivo atribuído a “negociações” para uso da música “Alejandro”, de Lady Gaga. O conteúdo localizado é um post no X (antigo Twitter), que descreve esse atraso como decorrência de tratativas para uso da música (Maia, 2026). Por se tratar de fonte de rede social, tal elemento deve ser tratado metodologicamente como indício de percepção pública (rumor/relato/meme) e não como confirmação documental definitiva. Ainda assim, o dado é analiticamente útil: ele demonstra que o próprio público reconhece, e comenta, a relevância de direitos autorais e licenciamento na comunicação esportiva, sinalizando que a propriedade intelectual se tornou tema “pop-ularizado” na cultura memética de redes.

Figura 3 – Captura de tela de postagem no X (Twitter) sobre o anúncio de Alerrandro e referência à música “Alejandro” (Lady Gaga)



Fonte: Elaboração própria, a partir de Maia (2026).

Mesmo sem afirmar, como fato rastreável uma suposta existência do atraso por licenciamento, o post permite extrair uma conclusão compatível com o Direito: peças de marketing com trilhas musicais não costumam ser juridicamente neutras. Elas

podem depender de autorizações e/ou de regras de uso em plataformas (incluindo mecanismos de detecção e reivindicação de conteúdo), o que coloca clubes e produtores diante de decisões comerciais e jurídicas: substituir trilha, editar trecho, licenciar formalmente, ou ajustar a campanha para reduzir risco de restrição monetária e bloqueio. Desse modo, o caso Alerrandro reforça o argumento central do artigo: a música, ao ser instrumentalizada como linguagem publicitária do futebol, expõe a operação cotidiana da propriedade intelectual e dos contratos também no entretenimento esportivo.

Além disso, o caso evidencia uma interseção com direitos da personalidade e mercado: anúncios desse tipo podem sugerir, ao público, um “vínculo” simbólico com a artista (pela trilha, pelo título “Alejandro”, pelo efeito de associação). Ainda que a campanha não utilize imagem ou nome civil da artista, ela mobiliza signos reconhecíveis e, portanto, aponta para um campo de risco reputacional e de conformidade publicitária, especialmente no ambiente de circulação global e reuso de conteúdos por terceiros (repostagens, cortes, remixes). Em síntese, o eixo Alerrandro demonstra que o futebol brasileiro opera, cada vez mais, como indústria de conteúdo em que Direito Desportivo, Direito Comercial e Propriedade Intelectual se sobrepõem.

3 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa, orientada pelo campo Direito & música (*Law & Music*) e sustentada por levantamento bibliográfico e análise crítico-reflexiva, confirmou a utilidade metodológica de tratar o fenômeno musical como objeto jurídico denso, apto a evidenciar incidências normativas e operações institucionais que se tornam mais visíveis quando cultura, mercado e Estado se articulam em situações concretas (Müller; Taporosky Filho, 2023). Nesse enquadramento, os resultados não se confundem com mensuração estatística, mas com a construção de um mapa interpretativo de incidências por ramos do Direito e de padrões de governança associados à circulação musical em arenas urbanas e digitais, preservando a exigência de rigor epistemológico e metodológico já apontada como condição de validade para pesquisas interdisciplinares (Trindade; Bernsts, 2017; Müller; Taporosky Filho, 2023).

A síntese dos achados permite consolidar que Lady Gaga funciona como objeto empiricamente forte para observar o Direito porque condensa, em torno de si, um complexo de circulação cultural, indústria do entretenimento e governança. No caso do megashow em Copacabana, a artista opera como catalisadora de deslocamentos massivos, exigindo planejamento operacional, segurança pública, coordenação interagências e responsabilização de cadeias de serviço, ao mesmo tempo em que o evento é enquadrado como estratégia de mercado territorial apoiada por estudo de impactos econômicos e por discurso institucional de desenvolvimento (Prefeitura do Rio; Riotur, 2025a; Balassiano; Leme, 2025). Já no eixo dos anúncios esportivos envolvendo Alerrandro, a música aparece como recurso técnico de publicidade e engajamento, tornando visível a sobreposição entre Direito Desportivo, Direito Comercial e propriedade intelectual, sobretudo quando repertórios pop passam a integrar a lógica promocional do entretenimento esportivo (Maia, 2026).

Os dois casos demonstram que o campo Direito & música não se limita à análise de letras ou de mensagens veiculadas por obras musicais. A música emerge, antes, como infraestrutura econômica e comunicacional: organiza emoções coletivas no espaço público, estrutura mercados, qualifica estratégias de marca e aciona regimes jurídicos diversos, como os de natureza administrativa, penal, civil, consumerista, comercial e autoral. Nessa perspectiva, o estudo reforça a tese de que o fenômeno musical pode servir como via consistente para mapear o jurídico em ação, desde que a análise permaneça ancorada em referencial teórico sólido, delimitação metodológica clara e contextualização simultânea do aspecto musical e do aspecto jurídico (Trindade; Bernsts, 2017; Müller; Taporosky Filho, 2023).

A leitura do texto-base mostrou-se decisiva para sustentar esse enquadramento, ao situar o Direito & música como derivação aproximada, mas distinta, do Direito & literatura, e ao enfatizar que a interdisciplinaridade exige “referencial de base” e controle epistemológico, evitando reducionismos como a análise restrita à letra, ao “efeito meme” ou à curiosidade cultural (Müller; Taporosky Filho, 2023). Essa orientação permitiu tratar Lady Gaga não como exemplo ornamental, mas como fio condutor para examinar como o Direito se materializa em operações concretas relativas a cidades, mercados, plataformas, discursos e formas de circulação cultural.

Como síntese analítica, destacam-se algumas categorias centrais mobilizadas ao longo do estudo: o megaevento como infraestrutura jurídico-econômica; a governança de risco em eventos de massa; a música como insumo comercial e linguagem publicitária; a interseção entre Direito Desportivo e Direito Comercial na economia do espetáculo do futebol; a propriedade intelectual como regime estruturante da circulação cultural; e a celebridade como marca cultural, capaz de concentrar valor simbólico e econômico e, por isso, ampliar conflitos relacionados à reputação, associação indevida, publicidade e exploração econômica. Tais categorias permitiram integrar os dois eixos empíricos sob uma mesma matriz analítica, coerente com o recorte do “direito na música” e com a exigência de rigor metodológico (Müller; Taporosky Filho, 2023).

Quanto às limitações, a pesquisa se baseia em registros públicos, materiais institucionais e cobertura jornalística, sem acesso a documentos primários sensíveis, como contratos de produção, termos de patrocínio, autorizações de uso de obra ou fonograma, relatórios internos de segurança e dados completos de operação. Além disso, por opção metodológica, não se pretendeu medir causalidades sociais, mas mapear incidências jurídicas e padrões de governança. No eixo do futebol, parte da discussão sobre eventual atraso de anúncio por direitos autorais circula como percepção pública, devendo ser tratada com prudência acadêmica até que haja comprovação documental. Também não se buscou esgotar a pluralidade de usos jurídicos do fenômeno Lady Gaga no Brasil, mas oferecer um recorte demonstrativo e replicável.

Para pesquisas futuras, recomenda-se ampliar o corpus com documentos primários, desenvolver estudos comparativos entre megaeventos musicais no Brasil, aprofundar a análise sobre propriedade intelectual e plataformas digitais, bem como explorar, com maior densidade, a relação entre celebridade como marca cultural e os regimes jurídicos da publicidade, dos direitos da personalidade e da concorrência. Em síntese, o estudo sustenta que Lady Gaga constitui objeto particularmente fecundo para o campo Direito & música por condensar, em situações empiricamente observáveis, a música como mobilização urbana e problema de governança, mas também como insumo econômico e linguagem publicitária em mercados do entretenimento. Ao fazê-lo, reafirma-se que a interdisciplinaridade entre Direito e música pode contribuir para compreender o jurídico para além de leituras estritamente

positivistas, desde que ancorada em referencial teórico e metodologia explícitos e controlados (Müller; Taporosky Filho, 2023).

REFERÊNCIAS

- AGÊNCIA BRASIL (EBC). **Lady Gaga concert draws 2.1M people to Copacabana**. Rio de Janeiro, 5 maio 2025. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/en/geral/noticia/2025-05/lady-gaga-concert-draws-21m-people-copacabana>. Acesso em: 7 fev. 2026.
- AGÊNCIA BRASIL (EBC). **Show de Lady Gaga leva 2,1 milhões de pessoas para Copacabana**. Rio de Janeiro, 4 maio 2025. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2025-05/show-de-lady-gaga-leva-21-milhoes-de-pessoas-para-copacabana>. Acesso em: 7 fev. 2026.
- AP NEWS. **Lady Gaga rocks Copacabana Beach with a free concert for more than 2 million fans**. 3 maio 2025. Disponível em: <https://apnews.com/article/c8425c13df8bee50880984329116fc9d>. Acesso em: 7 fev. 2026.
- APALATEGUI, José Manuel Cabra. Denotação e evocação: para uma melografia jurídica. **Anamorphosis – Revista Internacional de Direito e Literatura**, v. 5, n. 1, p. 15-36, jan./jun. 2019. Disponível em: <http://rdl.org.br/sezis/index.php/anamps/article/view/588>. Acesso em: 7 fev. 2026.
- ARRABAL, Alejandro Knaesel; NASCIMENTO, Carlos Eduardo do. A relação entre o direito e as artes: contribuições para o pensamento crítico contemporâneo. **Revista Direito em Debate**, Ijuí, v. 29, n. 53, p. 18-27, 2020. Doi: <https://doi.org/10.21527/2176-6622.2020.53.18-27>. Acesso em: 7 fev. 2026.
- ASIMOW, Michael; BROWN, Kathryn; PAPKE, David Ray (eds.). **Law and popular culture: International Perspectives**. Newcastle upon Tyne: Cambridge Scholars Publishing, 2014. Disponível em: <https://cambridgescholars.com/product/978-1-4438-5810-6/>. Acesso em: 7 fev. 2026.
- BALASSIANO, Marcelo; LEME, (coord.). **Potenciais impactos econômicos do show da Lady Gaga no Rio – 2025**. Rio de Janeiro: Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro, 2025. Disponível em: <https://prefeitura.rio/riotur/lady-gaga-show-em-copacabana-preve-impacto-economico-de-r-600-milhoes-para-o-rio/>. Acesso em: 7 fev. 2026.
- BARBOSA, Denis Borges. **Tratado da propriedade intelectual**. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2013.
- BITTAR, Carlos Alberto. **Direito de autor**. 8. ed. rev., atual. e ampl. por Eduardo C. B. Bittar. Rio de Janeiro: Forense, 2022.

CASPARY, Eduardo. **O vídeo de anúncio de Alerrandro feito pelo Inter e os principais lances do jogador**. Zona Mista, 31 jan. 2026. Disponível em: <https://zonamista.com.br/video-de-anuncio-de-alerrandro-feito-pelo-inter/>. Acesso em: 7 fev. 2026.

CAZÉTV. **Reação ao anúncio de Alerrandro no Internacional**. YouTube, 2026. 1 vídeo (15 min). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=Bg4hbVsOC0Q>. Acesso em: 7 fev. 2026.

CLICK, Melissa A.; LEE, Hyunji; HOLLADAY, Holly Willson. Making Monsters: Lady Gaga, Fan Identification, and Social Media. **Popular Music and Society**, v. 36, n. 3, p. 360–379, 2013. Doi: <https://doi.org/10.1080/03007766.2013.798546>. Acesso em: 7 fev. 2026.

COSTA NETTO, José Carlos. **Direito autoral no Brasil**. 5. ed. São Paulo: SaraivaJur, 2025.

DEFLEM, Mathieu. **Lady Gaga and the sociology of fame: the rise of a pop star in an age of celebrity**. New York: Palgrave Macmillan, 2016. Disponível em: <https://www.amazon.com/lady-gaga-sociology-fame-celebrity-ebook/dp/B01N7DZ8F3>. Acesso em: 7 fev. 2026.

GADAMER, Hans-Georg. **Verdade e método: traços fundamentais de uma hermenêutica filosófica**. 3. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 1999.

GLOBO ESPORTE. **Inter anuncia a contratação de Alerrandro; confirma detalhes**. Porto Alegre, 30 jan. 2026. Disponível em: <https://ge.globo.com/rs/futebol/times/internacional/noticia/2026/01/30/inter-anuncia-a-contratacao-de-alerrandro-confirma-detalhes.ghtml>. Acesso em: 7 fev. 2026.

GRAU, Eros Roberto. **Ensaio e discurso sobre a interpretação/aplicação do direito**. São Paulo: Malheiros, 2002.

GREENFIELD, Steve; OSBORN, Guy. **Readings in law and popular culture**. London: Routledge, 2007. Disponível em: [https://play.google.com/store/books/details/Readings in Law and Popular Culture?id=HjeAAgAAQBAJ](https://play.google.com/store/books/details/Readings_in_Law_and_Popular_Culture?id=HjeAAgAAQBAJ). Acesso em: 7 fev. 2026.

GUINNESS WORLD RECORDS. **Largest attendance of a free concert by a female artist**. 2025. Disponível em: <https://www.guinnessworldrecords.com.br/world-records/770378-largest-attendance-of-a-free-concert-by-a-female-artist>. Acesso em: 7 fev. 2026.

IDDON, Martin; MARSHALL, Melanie L. (eds.). **Lady Gaga and popular music: performing gender, fashion, and culture**. New York: Routledge, 2014. Doi: <https://doi.org/10.4324/9780203520819>. Acesso em: 7 fev. 2026.

KELSEN, Hans. **Teoria pura do direito: introdução à problemática científica do direito**. Tradução de João Baptista Machado. São Paulo: Martins Fontes, 1998.

MAIA, Thierry (@tthinmaia). **Post** [rede social X]. 27 jan. 2026. Disponível em: <https://x.com/tthinmaia/status/2016201100794208671>. Acesso em: 7 fev. 2026.

McLEOD, Kembrew; DICOLA, Peter. **Creative license**: the law and culture of digital sampling. Durham: Duke University Press, 2009. Disponível em: <https://archive.org/details/creativelicense100mcle>. Acesso em: 7 fev. 2026.

MÜLLER, André Steilein; TAPOROSKY FILHO, Paulo Silas. Notas sobre a relação entre direito e música: aportes para uma abordagem crítico-reflexiva. **Academia de Direito**, v. 5, p. 328-349, 2023. Disponível em: <https://periodicos.unc.br/index.php/acaddir/article/view/3951>. Acesso em: 7 fev. 2026.

REALE, Miguel. **Lições preliminares de direito**. 21. ed. São Paulo: Saraiva, 1994.

REUTERS. **Brazil police foil bomb plot targeting packed Lady Gaga concert in Rio**. 4 maio 2025. Disponível em: <https://www.reuters.com/world/americas/brazil-police-foil-bomb-plot-targeting-packed-lady-gaga-concert-rio-2025-05-04/>. Acesso em: 7 fev. 2026.

REUTERS. **Brazil's services activity enjoys boost from Lady Gaga's massive free concert**. 13 jun. 2025. Disponível em: <https://www.reuters.com/world/americas/brazils-services-activity-enjoys-boost-lady-gagas-massive-free-concert-2025-06-13/>. Acesso em: 7 fev. 2026.

REUTERS. **Rio readies for Lady Gaga's return as fans flock to Copacabana**. 3 maio 2025. Disponível em: <https://www.reuters.com/lifestyle/rio-readies-lady-gagas-return-fans-flock-copacabana-2025-05-03/>. Acesso em: 7 fev. 2026.

RIO DE JANEIRO (Estado). Casa Civil. **Guia de Escopo Operacional (Anexo VIII)**. Rio de Janeiro: Governo do Estado do Rio de Janeiro, 2019. Disponível em: https://www.rj.gov.br/casacivil/sites/default/files/arquivos_paginas/09.%20Anexo%20VIII%20-%20Guia%20de%20Escopo%20Operacional.pdf. Acesso em: 7 fev. 2026.

RIO DE JANEIRO. Prefeitura Municipal. **Lady Gaga brings 2,1 million people to Copacabana in historic show**. 4 maio 2025. Disponível em: <https://en.prefeitura.rio/cidade/lady-gaga-leva-21-milhoes-de-pessoas-a-copacabana-em-show-historico/>. Acesso em: 7 fev. 2026.

RIO DE JANEIRO. Prefeitura Municipal. **Prefeitura do Rio divulga operação para o show da Lady Gaga na Praia de Copacabana**. 25 abr. 2025. Disponível em: <https://prefeitura.rio/cidade/prefeitura-do-rio-divulga-operacao-para-o-show-da-lady-gaga-na-praia-de-copacabana/>. Acesso em: 7 fev. 2026.

RIOTUR. **Lady Gaga em Copacabana: confira o plano operacional para Copacabana**. 25 abr. 2025. Disponível em: <https://riotur.rio/editorial/lady-gaga-no-rio-confira-o-plano-operacional-para-copacabana/>. Acesso em: 7 fev. 2026.

SOUZA, Gustavo Lopes Pires de. **Direito desportivo**. Belo Horizonte: Arraes Editores, 2014.

SPORT CLUB INTERNACIONAL. **Alerrandro é apresentado e recebe a camisa 9**. Porto Alegre, 2 fev. 2026. Disponível em: <https://www.internacional.com.br/noticias/masculino/alerrandro-e-apresentado-e-recebe-a-camisa-9>. Acesso em: 7 fev. 2026.

STRECK, Lenio Luiz. **Hermenêutica jurídica e(m) crise**: uma exploração hermenêutica da construção do direito. Porto Alegre: Livraria do Advogado, 2000.

TEPEDINO, Gustavo. **Temas de direito civil**. Rio de Janeiro: Renovar, 2006.

TRINDADE, André Karam; BERNSTIS, Luísa Giuliani. O estudo do “Direito e Literatura” no Brasil: surgimento, evolução e expansão. **Anamorphosis – Revista Internacional de Direito e Literatura**, v. 3, n. 1, p. 231-257, jan./jun. 2017. Disponível em: <http://rdl.org.br/sezis/index.php/anamps/article/view/326>. Acesso em: 7 fev. 2026.