

UFPB – UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
CCHLA - CENTRO DE CIÊNCIA HUMANAS, LETRAS E ARTES
PPGC – PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO
LINHA DE PESQUISA: CULTURAS MIDIÁTICAS AUDIOVISUAIS

CÂNDIDA MARIA NOBRE DE ALMEIDA MORAES

PIRATARIA NO CIBERESPAÇO:
COMO A LÓGICA DA REPRODUTIBILIDADE INDUSTRIAL DISPONIBILIZADA
PELAS NOVAS TECNOLOGIAS AFETA A PRÓPRIA INDÚSTRIA

João Pessoa
Março – 2010

Livros Grátis

<http://www.livrosgratis.com.br>

Milhares de livros grátis para download.

CÂNDIDA MARIA NOBRE DE ALMEIDA MORAES

PIRATARIA NO CIBERESPAÇO:
COMO A LÓGICA DA REPRODUTIBILIDADE INDUSTRIAL DISPONIBILIZADA
PELAS NOVAS TECNOLOGIAS AFETA A PRÓPRIA INDÚSTRIA

Trabalho apresentado para o Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal da Paraíba (PPGC/UFPB) como requisito de avaliação para a obtenção do título de mestre.

Orientador: Prof. Dr. Marcos Nicolau

João Pessoa

Março – 2

M827p Moraes, Cândida Maria Nobre de Almeida.

Pirataria no ciberespaço: como a lógica da reprodutibilidade industrial disponibilizada pelas novas tecnologias afeta a própria indústria / Cândida Maria Nobre de Almeida Moraes.- João Pessoa, 2010.

131f.

Orientador: Marcos Nicolau

Dissertação (Mestrado) – UFPB/CCHLA/PPGC

CÂNDIDA MARIA NOBRE DE ALMEIDA MORAES

PIRATARIA NO CIBERESPAÇO:
COMO A LÓGICA DA REPRODUTIBILIDADE INDUSTRIAL DISPONIBILIZADA
PELAS NOVAS TECNOLOGIAS AFETA A PRÓPRIA INDÚSTRIA

Trabalho apresentado para o Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal da Paraíba (PPGC/UFPB) como requisito de avaliação para a obtenção do título de mestre.

Aprovada pela Banca Examinadora em _____ de _____ de 2010.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Marcos Nicolau (orientador)

Prof. Dr. Ed Porto Bezerra (examinador do PPGC/UFPB)

Prof. Dr. Guilherme Ataíde (examinador convidado do PPGCI/UFPB)

Ao meu pai, João Márcio, e à minha mãe,
Maria Aldeci, que me permitiram e
incentivaram a busca pelo conhecimento em
mais esta jornada. Ao meu irmão, Altamiro
Neto, por me lembrar sempre que devemos
manter a curiosidade das crianças. E a Rafael
Samways, por compartilhar horas a fio de
discussões sobre a dinâmica dos
comportamentos no Ciberespaço.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primordialmente a Deus, pelo cuidado com os meus passos e a serenidade que me fez cultivar para que passasse vitoriosa por todas as dificuldades desta caminhada.

Agradeço à minha mãe, Maria Aldeci e ao meu pai, João Márcio, por me incentivarem a irresponsabilidade quando preciso. Por cada palavra de incentivo e pelo apoio em silêncio. Por acreditarem que posso chegar onde planejei. Por me amarem como sou mesmo sem saber quem eu me tornaria.

Ao meu irmão Altamiro Neto por ser amigo e companheiro em todos os momentos que preciso e que não preciso também. Por ser meu eterno irmão mais velho tentando me defender do mundo. Por me ensinar e por me fazer perguntas.

A Rafael Samways, por partilhar comigo a profissão e a própria vida. Por acreditarmos na nossa caminhada juntos em qualquer que seja a direção que tomemos neste percurso.

Aos amigos e amigas que fiz ou consolidei os laços nesta jornada, em especial a Lívia Cirne, Patrícia Monteiro, Ana Cirne, Joelma Oliveira, Lucy Regina e Rostand Melo.

Aos membros do Gmid pelas discussões e incentivo, lembrando que eles ainda não se livrarão de mim: José Maria Mendes, Ricardo Oliveira, Ana Flávia Camboim, Ana Priscila Clemente.

Aos professores do PPGC: Olga Tavares, Derval Golzio, Wellington Pereira, Henrique Magalhães e Ed Porto.

Agradeço ao meu orientador, Marcos Nicolau, pelo acompanhamento constante, não apenas durante a elaboração da dissertação, mas em todas as etapas de minha vida acadêmica, desde a entrada na graduação até hoje, fazendo-me entender que a pesquisa e a sala de aula são atividades exaustivas, mas compensadoras pelos resultados alcançados. Agradeço-o ainda, e à sua esposa Roseane Nicolau, por serem exemplos de educadores que sempre me espelho em seguir.

Os homens, frente às tecnologias de comunicação, estão, como o coelho branco de *Alice no país das maravilhas*, sempre atrasados, sempre com pressa, sempre obrigados a ir mais rápido.

(Dominique Wolton)

RESUMO

O Ciberespaço propiciou a emergência de uma cultura baseada na autonomia dos indivíduos frente aos conteúdos mediados. Neste contexto, não apenas a recepção é reconfigurada como também os aspectos produtivos que envolvem os bens culturais. Digitalizados, estes bens circulam pelas malhas da rede e podem ser facilmente copiados, compartilhados e recombinados por meio de *softwares* e outras tecnologias de suporte. Pelo fato de se tratar de possibilidades não permitidas pela indústria, tais comportamentos geram uma prática amplamente difundida como pirataria. A proposta do presente trabalho consiste em analisar o fenômeno, considerando o papel da indústria na disponibilização dos equipamentos necessários para que tal prática seja efetivada. A dissertação foi estruturada tomando por base os estudos na área da Indústria Cultural e da Cibercultura, considerando também alguns documentos legais (leis e projetos em tramitação) que buscam dar conta da regulamentação das práticas na rede, já que compreendemos a pirataria como uma infração à norma vigente. Este apanhado aponta para as discussões que tratam da necessidade de esclarecimento do que se entende por produto e atividades pirata, levando em conta as necessidades e anseios dos interagentes frente às possibilidades no âmbito da Cibercultura.

Palavras-chave: Pirataria. Indústria Cultural. Ciberespaço. Cibercultura. Regulamentação.

RESUMEN

El Ciberespacio ha facilitado el surgimiento de una cultura basada en la autonomía de los individuos ante el contenido de la mediación. En este contexto, no sólo la recepción se vuelve a configurar, así como los aspectos productivos relacionados con la propiedad cultural. Estas mercancías digitales circulan por la red y puede ser fácilmente copiadas, compartidas y recombinadas por medio de *software* y otras tecnologías de apoyo. Como son posibilidades no permitidas por la industria, estos comportamientos son generalizados como piratería. El objetivo de este estudio es analizar el fenómeno, teniendo en cuenta el papel de la industria en proporcionar el equipo necesario para tal práctica sucederse. La tesis se estructuró sobre la base de estudios en el área de la Industria Cultural y Cibercultura, teniendo en cuenta también algunos documentos jurídicos (leyes y proyectos en curso) que buscan dar cuenta de la regulación de la práctica dentro de la red, entendiendo la piratería como una violación de la regla existente. Estas informaciones apuntan a los debates que aborden la necesidad de aclarar qué se entiende por producto y las actividades de piratería, teniendo en cuenta las necesidades y deseos de los individuos ante las oportunidades de la Cibercultura.

Palabras clave: Piratería. Industria Cultural. Ciberespacio. Cibercultura. Regulación.

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ACTA – *Anti-Counterfeiting Trade Agreement*, Acordo Comercial Anti-Pirataria

AI – Ato Institucional

APCM – Associação Anti-Pirataria Cinema e Música

CC – *Creative Commons*

CD – *Compact Disc*

CEO – *Chief Executive Officer*

CGI.br – Comitê Gestor da Internet no Brasil

DVD – *Digital Video Disc*

FGV – Fundação Getúlio Vargas

Fisl10 – Fórum Internacional de *Software* Livre (décima edição)

FSF – *Free Software Foundation*

GGF – *Global Gaming Factory*

GNU – *Gnu is not Unix*

GPL – *General Public License*

Ibope – Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística

IC – Indústria Cultural

LDA – Lei de Direito Autoral

MCM – meio de comunicação de massa

MinC – Ministério da Cultura

MJ – Ministério da Justiça

MPB – Música Para Baixar

NYT – *New York Times*

OA – *Open Access*

OMC – Organização Mundial do Comércio

P2P – *Peer to Peer*, ponto a ponto

PL – Projeto de Lei

PPI – *Pirates Parties International* (Partido Pirata Internacional)

PT – Partido dos Trabalhadores

PSDB – Partido da Social Democracia Brasileira

RNP – Rede Nacional de Ensino e Pesquisa

SciELO – *Scientific Eletronic Library Online*

SO – Sistema Operacional

TAZ – Zona Autônoma Temporária (do inglês)

TPB – *The Pirate Bay*

LISTA DE FIGURAS

| | |
|---|-----|
| Figura 1 – Gráfico que representa a Cauda Longa | 27 |
| Figura 2 – Alguns direitos reservados | 39 |
| Figura 3 – Capa da <i>Time</i> (2006) | 50 |
| Figura 4 – Divisão do Ciberespaço, segundo Bey (2004) | 89 |
| Figura 5 – Vin Diesel como Riddick (esq.) e Panthro (dir.) | 115 |

LISTA DE TABELAS

| | |
|---|-----|
| Tabela 1 – Tipos de piratas..... | 119 |
|---|-----|

SUMÁRIO

| | |
|--|-----|
| INTRODUÇÃO | 14 |
| PARTE I | 20 |
| 1 QUANDO A OBRA VIRA PRODUTO: SOBRE AUTORIA E LICENCIAMENTO | 20 |
| 1.1 A OBRA DE ARTE E SUA FUNÇÃO SOCIAL | 20 |
| 1.1.1 A obra de arte e seu processo de regulamentação | 23 |
| 1.1.2 Regular ou regulamentar? Uma discussão necessária..... | 29 |
| 1.1.3 Os novos tipos de licenciamento e porque eles não resolvem a pirataria | 33 |
| 1.1.3.1 <i>O software livre e o advento do Copyleft</i> | 34 |
| 1.1.3.2 <i>Creative Commons: alguns direitos reservados</i> | 37 |
| 1.1.3.3 <i>Open Access e a produção científica</i> | 40 |
| 1.1.3.4 <i>Anticopyright: todos os direitos dispersos</i> | 41 |
| 1.2 A QUEM PERTENCE UMA OBRA? | 43 |
| 1.2.1 O comportamento do leitor protagonista | 49 |
| 1.2.2 O esfacelamento do velho modelo e as novas possibilidades de controle | 53 |
| 1.3 A CÓPIA E A AURA DA ARTE: UM DISCURSO FRANKFURTIANO | 57 |
| PARTE II | 60 |
| 2 OS MEIOS DE COMUNICAÇÃO NA SOCIEDADE | 60 |
| 2.1 UM BREVE PERCURSO DA MÍDIA: DA ORALIDADE AO HIPERTEXTO | 60 |
| 2.1.1 O produto cultural e a individualização do consumo | 63 |
| 2.2 CIBERESPAÇO: O AMBIENTE DA CIBERCULTURA | 67 |
| 2.2.1 Cibercultura: o comportamento de um “gigante descentralizado” | 72 |
| 2.2.1.1 <i>Características da Cibercultura</i> | 75 |
| PARTE III | 82 |
| 3 PIRATARIA: PRÁTICAS E RESSIGNIFICAÇÃO | 82 |
| 3.1 METODOLOGIA | 82 |
| 3.2 MAS AFINAL, O QUE É PIRATARIA? | 84 |
| 3.2.1 Pirataria: práticas | 90 |
| 3.2.2 O que é pirataria segundo a Lei | 95 |
| 3.2.3 A regulamentação dos usos da Internet no mundo | 103 |
| 3.2.4 Índícios de institucionalização da pirataria | 105 |
| 3.2.5 Pirataria de produtos culturais | 109 |
| 3.2.5.1 <i>Tipos de piratas e de pirataria</i> | 112 |
| CONSIDERAÇÕES FINAIS | 120 |
| REFERÊNCIAS | 123 |

INTRODUÇÃO

A cultura midiática tradicional esteve associada à produção de bens culturais a partir de um pólo emissor e, em seguida, a sua distribuição para a “massa”. A Cibercultura, no entanto, reconfigura essa relação, uma vez que propicia ao indivíduo a possibilidade de ser produtor de conteúdos. Elimina-se, portanto, uma estrutura de emissão e recepção estática para dar espaço à noção de interagente das mídias. Este possui uma autonomia maior diante dos meios de comunicação, em especial, nas mídias interativas como no caso da Internet.

A participação do indivíduo é possível pelo conhecimento e acesso aos aparatos tecnológicos de captação, gravação e reprodutibilidade. É preciso reconhecer que a reprodução técnica e a produção de bens culturais se relacionam de maneira decisiva com a mediação desde a Revolução Industrial, não sendo, assim, um processo novo e exclusivo da Cibercultura. O que se renova é o papel dos cidadãos que agora ultrapassa a linha da recepção.

O conceito de Indústria Cultural (IC) foi cunhado pelos membros da Escola de Frankfurt, Adorno e Horkheimer, no período de mudanças que a indústria vinha propiciando à Europa. Trata das implicações do desenvolvimento de técnicas de reprodução para obras de arte. A concepção de IC considerava a serialização da produção de bens culturais como algo que tolheria a criatividade, devido ao fato de tais produtos serem desenvolvidos sob um padrão facilmente assimilável e, conseqüentemente, consumido pelo maior número de indivíduos. Apesar de contar com a recepção de um público variado no que diz respeito ao gênero, classe social ou escolaridade, o processo produtivo da IC não é tão plural assim e a emissão fica concentrada em alguns núcleos empresariais.

À época dos estudos frankfurtianos, fica clara a posição de pólo emissor dominante ocupado pelas grandes empresas e só a elas cabia este papel. Apesar de esta idéia ter sido ultrapassada no que se refere aos modos de produção e distribuição, já que ao indivíduo atualmente é possível a utilização dos instrumentos técnicos, não podemos descartar toda a noção de IC de nossas análises. Mais do que um conceito estabelecido em uma época definida, a idéia de indústria da cultura prevalece, especialmente no que diz respeito às questões referentes à obra de arte e seu percurso histórico consolidando o caráter de produto com determinado valor de mercado.

No entanto, a concepção das artes elaboradas com o pressuposto do lucro e a idéia não mais da apreciação do original, mas da possibilidade de ter acesso a ela por meio da cópia provoca a discussão proposta por Benjamin (1990) da perda da aura da obra de arte. Para o autor, estar diante de uma cópia não é uma experiência completa, uma vez que ela perderia o seu *hit et nunc*, ou seja, sua autenticidade.

Conforme destaca Wolton (2007), a história da comunicação é tão antiga quanto a do homem, todavia, as tecnologias atreladas a ela são bem recentes. Apenas no século XV com a prensa de Gutenberg foi possível ampliar os processos de comunicação no que se refere à distribuição da mensagem. Foram necessários quatro séculos para que o cinema e o rádio fossem desenvolvidos e utilizados como instrumentos de comunicação. O intervalo entre uma invenção e outra vem diminuindo exponencialmente.

Observa-se que diante dos aparatos técnicos de mediação da comunicação, o tempo e o espaço tornam-se cada vez menos coletivo para se estenderem à subjetividade dos indivíduos. Já diante do processo de mediação da escrita é possível observar um deslocamento do receptor da coletividade para a individualidade, por exemplo.

Faz-se necessário compreender que a gravação ampliou o progresso da cópia e do desligamento de que trata Bougnoux (1994). Em outras palavras, se antes era necessário ir à praça pública para saber o que estava sendo discutido e era preciso ir ao teatro ou às catedrais para assistir a um espetáculo ou a um coral, a partir da possibilidade de gravar tais conteúdos, tal necessidade, se não se extingue, transforma-se em apenas mais uma opção. Uma vez possível a cópia em larga escala, o caráter de produto vai naturalmente sendo atribuído aos objetos¹, e, nessa nova dinâmica, estabelecida no período da Modernidade, a relação entre o autor e a obra é repensada.

Gandelman (2007) observa que a idéia de autoria sofreu modificações durante o percurso histórico das obras e explica, que na Roma Antiga os copistas eram remunerados por seus manuscritos enquanto os autores só eram reconhecidos no caso de os copistas respeitarem a fidelidade ao texto original. Mais tarde, com a prensa de Gutenberg, a noção de autoria atravessa um novo paradigma, já que as obras adquirem caráter de produto.

¹ Destacamos que as obras de arte sempre possuíram dois valores, como postula Benjamin (1990): o valor de mercado e o valor de apreciação daquilo que era original, de sua aura. Para o nosso trabalho tratamos do produto cultural que envolve, em sua produção, os processos de cópia e gravação inseridos na lógica de um ambiente mercadológico.

Ao ingressar na Modernidade que propõe a valorização do indivíduo em contraposição ao discurso dogmático religioso levanta-se a questão: a quem conceder a licença de reproduzir uma obra e a quem remunerar? É importante frisar que a prensa começa a ser utilizada em um ambiente de reorganização do poder entre grupos sociais. Havia um claro confronto em que, de um lado, encontramos a Igreja e a nobreza e, do outro, o discurso iluminista da ciência e a ascensão da burguesia.

A partir da prensa, a figura do intermediário cumpre o papel de emissor do conteúdo, pois sem seu auxílio, a publicação não seria possível. O confronto entre autor/criador e proprietário da prensa/mediador faz surgir novos impasses. Estes foram parcialmente sanados com o surgimento dos direitos autorais, geralmente representados pelo licenciamento denominado de *copyright*.

Apesar da Modernidade e a idéia de controle baseada na racionalidade e no positivismo terem mantido as estruturas de licenciamento com rigor, elas sempre foram passíveis a críticas. Tais apreciações se davam na medida em que os direitos de propriedade começaram a proteger não o autor ou os processos criativos, mas os interesses dos conglomerados que detinham a posse e os direitos de publicação sobre os produtos.

A dinâmica protecionista dos intermediários permanece até os dias atuais. Dessa maneira, os direitos autorais até hoje provocam uma tensão entre quem cria e a indústria que distribui, ou seja, entre o autor e o intermediador das obras. Outro fator que os críticos do *copyright* pedem revisão se refere ao fato de tais direitos acompanharem a mesma lógica dos que foram determinados para produtos materiais, desconsiderando, assim, a natureza básica dos bens culturais.

Diante das novas ferramentas e ambientes midiáticos que possibilitam a ascensão do interagente e, por conseguinte, a pulverização do pólo emissor e a autonomia dos indivíduos diante dos produtos mediados, novas propostas de licenciamento são discutidas na própria Internet. O objetivo é solucionar os problemas já apresentados, além de contemplar as novas formas de produção de conteúdo. Iniciativas como o *Creative Commons* (CC) e o *Copyleft*, por exemplo, propõem que o autor decida os usos que devem ser feitos da sua obra. Essa autonomia tem-nos feito reconsiderar o papel do mediador.

Diferencia-se, portanto, conceitos como emissor e autor com o intuito de esclarecê-los melhor. Na Internet, qualquer um pode propagar uma obra que não necessariamente seja de sua autoria, cabendo-lhe, assim, o papel de emissor, porém, não de

autor. Uma vez emitida uma mensagem sem a autorização devida de quem detém os direitos autorais sobre ela, encontramos uma infração comumente denominada de pirataria. Destacamos, neste caso, a manutenção da autoria, havendo apenas outro emissor não institucionalizado ocupando o espaço de distribuidor do conteúdo.

Observa-se que tal “emissão” refere-se à difusão de uma cópia que pouco se diferencia (a depender da origem da cópia) daquela que seria distribuída institucionalmente, dada a digitalização dos conteúdos. Diferente dos processos em suportes analógicos, os trabalhos em formato digital não perdem qualidade, não importa o número de cópias realizadas. Ao nos referimos à qualidade, neste caso específico tratamos das questões como o uso e o tempo incidirem no material. Em uma fita cassete, por exemplo, caso esta sofra diversas gravações, o material gravado terá cada vez menos qualidade. Quando tratamos dos bens digitais “as redes informacionais por onde transitam os bens simbólicos [...] não experimentam o fenômeno da escassez e do desgaste, características típicas dos bens materiais” (GINDRE *et al*, 2008, p.7). Complementar a tal característica, a imaterialidade das obras e o aumento da velocidade de conexão, facilitando as trocas de pacotes de dados, contribuem decisivamente para a ausência de controle pela qual vem passando os produtos das ICs.

Percebe-se que há diversas práticas possíveis na Internet que podem provocar tensão entre o autor, a obra e a indústria. É possível, por exemplo, que os indivíduos retirem a autoria original da obra e estabeleçam uma nova relação entre esta e outro autor, bem como reunir fragmentos de vários produtos e criar algo completamente novo, no qual a autoria das partes se perde diante da bricolagem atribuída a um novo indivíduo.

À luz do levantamento já iniciado por Lévy (1999), pretendemos, neste trabalho, classificar, conceituar e diferenciar as distintas práticas de produção, reconhecendo, entretanto, que algumas delas já existiam antes do advento da Internet. O que observamos neste ambiente, é uma potencialização de determinadas formas de produção de conteúdo tanto pelos aparatos tecnológicos quanto pela necessidade dos indivíduos de serem agentes nos novos processos de mediação.

O interesse em estudar a reprodutibilidade técnica em sua fase digital, fenômeno que envolve tanto aspectos sociais quanto comunicacionais, surgiu de observações e acompanhamento do assunto em revistas e jornais de grande circulação (impressos e eletrônicos), além de materiais especializados. A preocupação com a discussão da liberdade

de produzir e da facilidade de divulgar, seja um filme, um artigo científico ou uma música, também são elementos que levaram até a escolha do objeto de estudo.

A relevância deste trabalho se dá exatamente por se tratar da análise de algo que está acontecendo. Isto permite que a observação empírica aliada ao estudo teórico dos meios de reprodutibilidade e da lógica industrial do consumo revelem as alternativas a esse sistema, como, por exemplo, a criação daqueles que, mesmo não tendo acesso à IC, hoje são capazes de produzir e distribuir mensagens devido às facilidades que as novas tecnologias permitem.

Estudos a respeito da reprodução, abordando-a sob o aspecto da comunicação e dos novos meios que possibilitam a captação, cópia e distribuição estão, gradativamente, ocupando espaço na academia. Observamos este fenômeno a partir da Internet – ambiente que, atrelado às tecnologias de suporte, tornou possível a copiagem em escalas industriais a quem estava indiferente a algumas etapas da indústria.

Destaca-se também que é na rede que discussões a respeito do direito autoral e da propriedade intelectual de bens culturais são travadas e é neste mesmo espaço que surgem alternativas à copiagem não autorizada ainda que estas não sejam as almejadas pela indústria. Isto significa que as novas tecnologias, em especial a Internet, permitiram um diálogo que vai além dos poderes e bases já estabelecidos, o que demonstra a relevância das reflexões propostas para esta dissertação.

Para compreender o fenômeno, traçamos como objetivo geral realizar estudo a respeito da relação entre a mídia e a reprodutibilidade de produtos culturais a partir da Internet e das novas tecnologias de suporte, verificando de que maneira a lógica da produção e distribuição industrial afeta a própria indústria.

Como objetivos específicos propomos analisar como a noção de autor e os direitos relativos a ela vem se modificando no percurso histórico especialmente frente à Internet e os instrumentos de suporte; identificar as alternativas à pirataria propostas no Ciberespaço, observando a forma como tais alternativas se relacionam com a indústria; e finalmente propor uma tipificação a partir das práticas compreendidas como pirataria.

Dessa maneira, dividimos o trabalho em três partes. Na primeira, fizemos um histórico das obras de arte, desde a compreensão do seu valor simbólico até a constituição de um valor de mercado. Neste percurso, abordamos o papel ocupado pelo autor nas diferentes épocas e como a noção de autoria vem sendo redefinida com os novos processos de produção de conteúdos na Internet, além de aspectos relativos à maneira como o indivíduo consome os

bens culturais. Para isto, traçamos a evolução dos instrumentos de reprodução técnica de bens culturais e dos meios de comunicação até às novas mídias e tecnologias as quais temos acesso atualmente.

A segunda parte apresenta o histórico dos meios de comunicação na sociedade, buscando compreender como estes são relevantes para a constituição de novas culturas e, por conseguinte, novos comportamentos. Retomamos aspectos da primeira parte para consolidar a questão da produção de bens culturais e sua relação com as tecnologias de comunicação e, dessa forma, encaminhar a dissertação para a última etapa.

A terceira parte inicia com os aspectos metodológicos necessários para a construção da dissertação, esclarecendo as teorias e os encaminhamentos utilizados no decorrer da pesquisa. Por fim, é exposta a análise da problemática da pirataria possível a partir da reprodutibilidade técnica dos produtos culturais e como estes circulam nos meios de comunicação. Assim, apresentamos uma proposta de tipificação das novas práticas entendidas como pirataria para, finalmente, verificar os paradoxos e tensões entre autor, obra e indústria, apontando para a necessidade de uma nova relação entre eles.

PARTE I

1 QUANDO A OBRA VIRA PRODUTO: SOBRE AUTORIA E LICENCIAMENTO

1.1 A OBRA DE ARTE E SUA FUNÇÃO SOCIAL

A apreciação de obras de arte está associada à estética, sendo possível também estabelecer uma relação de comunicação entre as partes envolvidas. Decodificar uma tela, por exemplo, envolve o relacionamento entre a compreensão de mundo do artista e de quem a observa. Uma vez estabelecido o processo comunicacional, a técnica utilizada revela parte das intenções do autor, geralmente atreladas ao momento social e histórico da criação.

Durante o período Renascentista, por exemplo, havia a preocupação por parte dos pintores de aproximar as obras à realidade. Dessa maneira, as luzes, cores e dimensões das personagens e paisagens das telas eram minuciosamente trabalhadas para atingir o objetivo de máxima proximidade com o real. Mais tarde, com o advento da fotografia, o papel da arte e a sua estética são redefinidos, uma vez que a tecnologia captava em um instante o que os artistas buscavam incansavelmente por meio das tintas. Como se vê, técnica e tecnologia estabeleceram uma relação com as obras desde o princípio. Entretanto, a tecnologia só começa a ser utilizada como técnica de elaboração de produtos culturais a partir da Revolução Industrial.

Benjamin (1990, p.209) abre seu famoso ensaio sobre a reprodutibilidade técnica das obras de arte com uma epígrafe de Valéry, visionário ao afirmar a importância da tecnologia para a noção mutável que envolve a produção de uma obra: “é de se esperar que tão grandes novidades transformem toda a técnica das artes, agindo assim sobre a própria invenção e chegando mesmo, talvez, a maravilhosamente alterar a própria noção de arte”.

O que Valéry previu, ainda em 1934, foi o início da relação entre a tecnologia e a criação não ser vista apenas como uma mecanização da obra, mas também uma possibilidade de expressão artística de uma época, capaz de revelar um novo envolvimento entre o artista e o espectador. O autor esclarece que o estatuto das artes foi pensado em outro momento social, distinto da vivência contemporânea e completa afirmando que “o espantoso crescimento de nossos instrumentos, e a flexibilidade e precisão que eles atingiram, as idéias e os hábitos que

introduziram, nos asseguram modificações próximas e muito profundas na antiga indústria do Belo” (Idem).

De Valéry aos dias atuais, inúmeras técnicas se somaram à criação artística. Apenas para citar um exemplo, hoje, no processo de elaboração da ciberarte², o próprio autor dá margem para uma participação mais efetiva do apreciador, revelando uma nova conduta perante as obras, próxima à lógica da realidade do internauta. Como explica Lévy (1999, p.136), “não se trata apenas de uma participação na construção do sentido, mas sim uma co-produção da obra, já que o ‘espectador’ é chamado a intervir diretamente na atualização”.

Para autores como Silveira (2009a), este é o momento em que a arte faz as pazes com a técnica de uma vez por todas, aproximando os dois em definitivo. O autor entende que a industrialização separou o artista da execução de uma obra e neste momento, vivenciamos o retorno desta relação. Contudo, verificamos casos em que não é necessário dominar quaisquer técnicas tradicionais para elaborar uma obra. Citemos como exemplo a produção de um vídeo. Não há, hoje, a necessidade de o indivíduo dominar as noções de cores, imagens e enquadramento, caso ele deseje fazer um *remix* de obras já existentes: basta recombina conteúdos já elaborados por outros e construir sua própria “bricolagem”.

Assistimos no percurso histórico da sociedade a uma transformação do conceito de arte, modificado pelas formas de produção que, de alguma maneira, se incorporaram ou foram o resultado do espírito de uma época. Das primeiras ferramentas de reprodutibilidade técnica até a compreensão delas como parte de uma lógica criativa, há alguns momentos que merecem ser destacados.

No início do século XIX, as obras foram classificadas pelo filósofo alemão Hegel que dividiu as belas artes em seis. Compreendiam a dança, a pintura, a escultura, a poesia, a música e a arquitetura. No final do mesmo século surge o cinema e já em 1912 o crítico de filmes Riccioto Canudo utiliza pela primeira vez a expressão “sétima arte”, aproximando não apenas a arte da técnica como também a arte a um valor de mercado viável para um maior número de apreciadores.

² Arantes (2005) explica que a ciberarte é resultado das expressões advindas da Cibercultura, esta gerada e desenvolvida a partir do uso da Internet como ambiente midiático. Para a autora, o objetivo da ciberarte é “questionar as distâncias espaço-temporais, criar ambientes que ampliam o campo perceptivo do ‘espectador’, bem como criar espaços específicos de cooperação onde os usuários experimentam, compartilham, transformam e intensificam maneiras de sentir e ver o mundo” (ARANTES, 2005, p. 297).

É preciso lembrar que durante muito tempo o consumo das artes foi apenas para as classes sociais mais privilegiadas e só com o surgimento dos meios de comunicação de massa (MCM) e da capacidade técnica de reprodutibilidade a população pôde ter acesso a alguns elementos da produção cultural. Entretanto, o momento histórico em que tal possibilidade se revelou é discutível. Como explica Santaella (2005, p.6):

Para alguns, os meios de massa tiveram origem com a invenção da prensa manual gutenberguiana, que permitiu a reprodução do livro. Entretanto, esse processo reprodutivo não é comparável às situações em que bilhões de indivíduos são expostos cotidianamente a um espectro de meios de massa, uma experiência que só foi inaugurada no século XX.

Com a prensa ou a radiodifusão, o fato é que, para alguns críticos, a comunicação de massa inaugura o período de crise das grandes obras. Contudo, é necessário destacar que o *status* conferido às artes, assim como, mais tarde, o seu valor de mercado, são conceitos fluidos na sociedade. Sodré (2001) observa que os gregos compreendiam haver arte tanto na confecção de uma ferradura quanto nas tragédias dos mais renomados dramaturgos ou estátuas de reconhecidos escultores que definiram padrões de beleza durante séculos.

Na Grécia antiga, cada artefato manufaturado cumpria sua função social, tinha o seu valor de uso e, por ser resultado de uma produção cultural, era considerado um elemento artístico. Analisando a criação moderna, até meados do século XV, durante o período da Idade Média, as obras artísticas eram privilégio da Igreja. Só a partir do século seguinte é que a aristocracia começa a ter acesso às artes, tendo estes senhores incorporado o processo de encomendas e patrocínios de obras.

As mudanças na organização da estrutura social da Europa, com o aparecimento da burguesia, em especial após a Revolução Burguesa na França, em 1789, gera uma produção cultural voltada à classe que surge, criando uma cultura própria dos burgos. Assim, no século XVIII na Inglaterra, os escritores não dependiam apenas dos favores da aristocracia, mas agora existiam as encomendas panfletárias da classe burguesa. Nesse período, “embora já na órbita mercantil, o produto cultural ainda não se define plenamente como mercadoria moderna [...] e seu valor de uso confina-se aos quadros estreitos do consumo de luxo, mas sem preço de mercado” (SODRÉ, 2001, p. 106).

De consumo segmentado de luxo a uma produção cultural voltada às massas, a mudança se revela desde os novos papéis sociais ocupados e um novo sistema de troca de

valores à necessidade da população de estar inserida em um ambiente até então, delimitado às classes privilegiadas. Sodré (2001, p. 113) postula que “o produto simbólico dito de ‘massa’ resulta da passagem da obra elitista, com forma produtiva ‘pré-capitalista’, à *mercadoria cultural*, ou seja, ao produto com preço de mercado, plenamente afim ao sistema de valor de troca”. Nesse caso, o valor de troca foi o percurso para a democratização do acesso às obras.

Contudo, para atingir o público em geral, fez-se necessário mudar a linguagem das artes, trazê-la a um patamar que as pessoas se identificassem e a apreciassem enquanto produto. A consolidação de um mercado viável de bens culturais associada às possibilidades técnicas de reprodutibilidade e as modificações pelas quais as obras passaram apresentam-se como grandes mudanças tanto na afirmação de uma nova estrutura social como o papel que os indivíduos desempenham nesse novo ambiente.

1.1.1 A obra de arte e seu processo de regulamentação

Bauman (2003, p. 30) explica que houve um momento no percurso das civilizações em que “a emancipação de alguns exigia a supressão de outros. [...] esse acontecimento entrou para a história com o nome um tanto eufemístico de ‘revolução industrial’”. O seletivo grupo de emancipados dominou até então os conglomerados empresariais de comunicação, desejando o maior número de indivíduos consumindo seus produtos e o menor número possível de produtores, demonstrando uma necessidade de evitar a concorrência e a pluralidade de vozes.

O controle dos bens culturais e, conseqüentemente, o das idéias, passa ser institucionalizado por uma série de regulamentações. Como explica Gandelman (2007, p. 27), na Inglaterra, “o Licensing Act, de 1662, já proibia a impressão de qualquer livro que não estivesse licenciado ou registrado devidamente”. No século seguinte uma nova licença, o *Copyright Act*, concedia aos editores a possibilidade de imprimirem periódicos ou livros, desde que seus conteúdos fossem previamente aceitos pela monarquia britânica (Idem). Em ambos os casos, a despeito do interesse primordial de proteger a criação, as licenças ressaltam a proteção aos intermediários, contanto que estes não publicassem obras que desabonassem o poder instituído.

Ressaltamos que o conteúdo mediado começa a ser controlado ideologicamente e, mais tarde, com a ascensão da Revolução Industrial e do modelo capitalista, as obras tendem a ocupar uma posição de produto, o que faz com que se sobreponha a elas o controle do próprio mercado. É importante destacar que a produção cultural com o claro objetivo de lucro não é uma regra, mas que todo conteúdo – e ato a ele atrelado – é dotado de ideologia. Por esta razão, Adorno (2002, p.8), ao discutir o conteúdo produzido pelo que ficou definido como Indústria Cultural (IC), critica a produção mediada pelo cinema e o rádio afirmando que “a verdade de que nada são além de negócios lhes serve de ideologia”.

Rizzini (1988) observa que para fugir dos olhos vigilantes das monarquias européias, durante algum tempo, mesmo após a larga utilização da prensa, ainda circularam as gazetas manuscritas. Elas tinham como característica principal a emissão de críticas e opiniões que em nada agradavam a nobreza. Todavia, essas volantes possuíam uma enorme desvantagem no aspecto produtivo, pois, além da clandestinidade na elaboração e distribuição do material, as gazetas manuscritas se encontravam em outro tempo social. Suas notícias e críticas naturalmente não conseguiam acompanhar a mesma periodicidade frenética dos prelos, e tampouco o volume de exemplares, de modo que começaram a ficar ultrapassadas e pouco a pouco se extinguiram do velho continente.

Outra característica de resistência dos periódicos manuscritos diz respeito à ausência de nominação que identificasse os responsáveis pela elaboração do material. Sem a determinação da autoria, não havia meios para reprimir a prática da liberdade de expressão. Mesmo quando havia algum tipo de denúncia ou os guardas chegavam às casas dos responsáveis, o material necessário para a produção das gazetas manuscritas, diferente das máquinas com tipos móveis, eram facilmente descartados ou escondidos, de forma que a apreensão dos autores era tarefa difícil.

A noção de controle da produção foi, durante o período da Modernidade, a questão sobre a qual os intelectuais desenvolveram teorias a respeito dos meios de comunicação. Silva (2006) destaca que o espírito da Teoria Crítica frankfurtiana foi calcado no marxismo e a era do rádio foi estudada sob o ponto de vista do nacional-socialismo. Em ambos os casos, os MCM eram percebidos como tecnologias de controle da mente e do espírito. Como explica André Lemos (2007, p. 61), “a modernidade é inexoravelmente utópica, alimentando a esperança (crença?) no controle, domínio e domesticação racional, científica e técnica das forças naturais, como afirma Habermas”.

Observa-se na Pós-modernidade a tecnologia assumir uma função diferente da que lhe era atribuída até então. Silva (2006, p. 95) explica a existência de um novo papel mediador da técnica, cabendo-lhe não mais apenas a idéia de controle, mas também o seu esfacelamento: “com as novas tecnologias, o controle torna-se ao mesmo tempo, potencialmente mais eficaz e mais difícil [...]. Nas sociedades democráticas, da mesma forma, o controle pode ser ampliado (câmeras por toda parte), mas prevalece o caleidoscópio”.

O autor se refere à noção de Cibercultura – uma cultura pós-massiva (LEMOS, 2007) forjada no ambiente digital tendo como principal característica a produção de discursos, não mais de maneira vertical, sob o domínio de um núcleo e disponibilizado para as massas, senão a possibilidade de criação e distribuição de conteúdos pelos indivíduos e para a coletividade.

A premissa de um possível controle, tal qual imaginado na Modernidade, é posta em xeque, assim, não faz mais sentido falar de tecnologias de comunicação estritamente relacionadas à manipulação do indivíduo. Corroborando com Silva (2006), entendemos que a noção dos MCM como instrumentos de cerceamento da liberdade de pensamento foi estruturada com a Escola de Frankfurt, mas que a idéia de total passividade do receptor não é um consenso. Como esclarece o autor, “a Indústria Cultural só viu o consumidor, embora defendesse o cidadão, indefeso e hiperdimensionou o poder do emissor” (SILVA, 2006, p. 96).

Wolf (1995) observa que, contemporâneo aos estudos da escola frankfurtiana, nos anos 1940, Lazarsfeld já demonstrava uma preocupação em relação à visão de passividade do receptor e afirmava a necessidade de se ter cuidado ao tratar do comportamento do ouvinte/leitor/telespectador frente aos MCM. Mais tarde, em 1960, Klapper vai afirmar que o público não se expõe aos meios de comunicação em um estado de “nudez psicológica”, o que significa uma limitação no poder de controle da mídia.

Entretanto, apesar de nos parecer clara a ausência de um controle completo tal qual imaginavam os frankfurtianos, entendemos que os MCM são limitados quanto a uma participação efetiva do receptor. A própria tecnologia de tais meios não possuía mecanismos de fazer o indivíduo interferir diretamente na produção do conteúdo de maneira ativa como o é no caso das relações em ambientes midiáticos digitais como a Internet.

A falta de interesse dos grandes grupos de comunicação em dividir este espaço de formador de opinião com os cidadãos também é observada no ambiente virtual. Como afirma

Gindre (2007, p. 138) “enquanto o consumidor acredita que o mercado se diversifica em uma miríade de marcas, na realidade estão todas submetidas a poucas corporações que produzem diferentes brands para diferentes perfis de consumo”.

O autor explica que isto ocorre também no campo midiático e que os grandes grupos se beneficiam com a convergência dos meios a partir das novas tecnologias: “à medida que a informação se digitaliza, tornando indistinto o transporte entre os vários meios de comunicação, os grupos econômicos que tiverem um maior e mais diversificado portfolio de conteúdos terão enorme vantagem competitiva” (GINDRE, 2007, p. 138).

Apesar da falta de controle sobre o que se produz na rede, ainda há um discurso predominantemente dos grandes grupos. Corroborando com este pensamento, destacamos o artigo de Castilho (2008), onde é citado o caso do sistema de armazenamento de notícias do *Google*, o *Google News*. Para o autor, apesar de a empresa não possuir o controle sobre o conteúdo que é produzido na rede, o *Google* é capaz de organizar estas informações, gerando novos conhecimentos, obtendo assim, uma vantagem sobre as demais instituições do mundo (CASTILHO, 2008).

Todavia, nesta esfera digital onde a vantagem competitiva ainda parece ser a dos grandes grupos, observa-se com os *blogs*, as páginas independentes, iniciativas como os *wikis* entre outros, uma participação do indivíduo na elaboração do espaço virtual, o que confere uma pulverização dos processos produtivos. Este fenômeno de intensa segmentação no qual verificamos não mais uma predominância de discursos de produtos para um mercado de massa, mas, sobretudo, para um mercado de nicho, que Anderson (2006) definiu como “cauda longa”. Para o autor, o termo aborda “o que acontece quando os gargalos que se interpõem entre a oferta e demanda em nossa cultura começam a desaparecer e tudo se torna disponível para todos” (ANDERSON, 2006, p.11).

O termo se refere, basicamente, à estrutura do gráfico de consumo de um determinado bem cultural. Trazemos como exemplo, uma imagem retirada do próprio livro de Anderson (2006) que compara o *download* de faixas de música na Internet no *Wal-Mart* e no *Rhapsody*³.

No topo do gráfico do lado esquerdo estão situados os grandes sucessos, os discos disponibilizados pela indústria da intermediação e pelos ambientes de função pós-massiva,

³ O *Wal-Mart* é uma multinacional do setor de varejo que atua em mais de dez países e o *Rhapsody* é um site de venda de arquivos em mp3.

por assim dizer. Ao deslocar nosso olhar à direita, verificamos que o número de *downloads* cada vez vai diminuindo, mas isto não significa a inexistência destes mercados – apenas são músicas específicas de um determinado nicho. Estas podem não encontrar espaços no *Wal-Mart*, por exemplo, mas têm o seu público e este é contemplado nas malhas da rede.

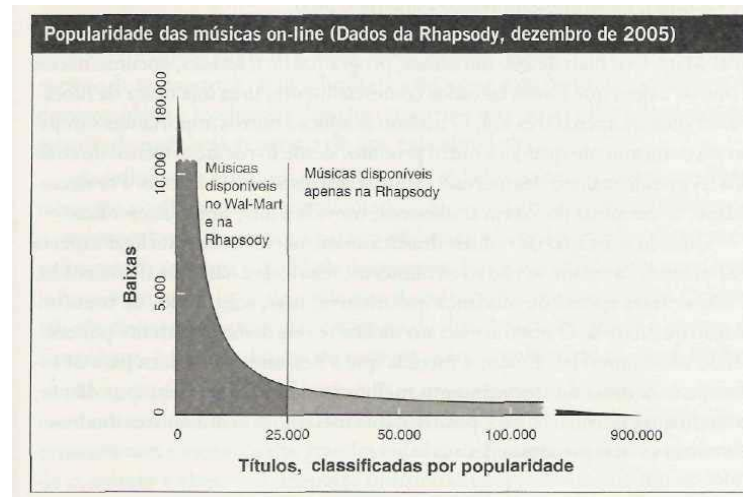


Figura 1 – Gráfico que representa a Cauda Longa
Fonte: Anderson (2006).

A partir de exemplos como a cauda longa de Anderson (2006), apesar de encontrarmos o uso da rede como uma estrutura de mídia massiva, ainda é possível afirmar que a Internet provocou um rompimento com o padrão do universal totalizante iniciado pela escrita e acompanhado pelas demais mídias até então, sobretudo, na construção e distribuição das produções culturais (LÉVY, 1999). Neste sentido, torna-se importante repensar na relação que estabelecemos com os produtos midiáticos.

Diante de um ambiente onde qualquer um é capaz de produzir e distribuir conteúdo observa-se que as noções de autoria e de propriedade intelectual precisam ser revisitadas, pois a amplitude tomada pela Internet aliada às tecnologias de suporte (CD, DVD, *iPod*, conexão banda larga, convergência para outros aparelhos como o celular, entre outros) chegou a ponto de praticamente inviabilizar o cumprimento do direito autoral como é concebido hoje.

A pirataria de imagem, som e texto já demonstrou fazer parte de um comportamento que pressupõe uma nova relação desenvolvida com os produtos culturais e

midiáticos. Entretanto, apesar de trazer em si a idéia de liberdade de produção e distribuição de conteúdos na rede, a Cibercultura não se opõe à lógica capitalista.

Como nos explica Lemos (2007, p. 64): “a fase pós-industrial da sociedade não é a ruptura com a dinâmica monopolista de capitalismo, mas uma radicalização do desenvolvimento de sua própria lógica”. É exatamente a radicalização da lógica capitalista e a possibilidade de cada indivíduo interferir nas trocas de mercado a partir da reprodução não autorizada permitida pela Internet que pretendemos estudar neste trabalho.

Há um confronto entre o mercado e uma possível liberdade no campo da criação e distribuição de obras culturais que apontam para uma necessidade de se discutir aspectos da Cibercultura sob diversos âmbitos. Se consumir significa estar inserido, o indivíduo vai utilizar mecanismos para que tal ato seja realizado de alguma forma. A pirataria é, portanto, uma das maneiras de inserção nesta nova ambiência social de comunicação em rede.

Para Silverstone (2002, p. 282), o fato das obras de arte serem, não apenas produtos de apreciação estética, mas, sobretudo, objetos dotados de valor de mercado é a razão pela qual a preocupação de regulamentação e controle se mantém

nas atuais discussões sobre a nova política da mídia e sobre a política da nova mídia, muito se diz sobre a necessidade contínua de regulação [...]. A reivindicação é persuasiva, pelo menos no que diz respeito ao mercado e à concorrência, embora seja de difícil implementação, pois, os governos nacionais não podem controlar seu espaço midiático como outrora acreditavam que podiam.

Este curso, que naturalmente foi tomado em relação à criação, produção e distribuição dos bens culturais a partir das novas tecnologias parece ter chegado a um impasse mercadológico. A “pluralidade de vozes que se perdem no tempo, na babel dos que Canetti chamava os ‘sem nome’, e que Foucault descreve como a ‘vida dos homens infames’” (CASCAIS; MIRANDA, 2006, p.8) é claramente ouvida nas redes hipertextuais.

Pela primeira vez na história, o “homem sem fama”, o sujeito comum, provoca impactos financeiros nas grandes indústrias de produções culturais⁴. Presenciamos uma crise e a busca de alternativas para a venda de músicas, ingressos de cinema, aluguel de filmes, já

⁴ Estamos falando de um movimento não organizado formalmente, mas que congrega várias pessoas a partir do comportamento de compartilhar conteúdos na rede.

que tais produtos são disponibilizados gratuitamente na rede, ainda que alguns o sejam de forma não autorizada.

1.1.2 Regular ou regulamentar? Uma discussão necessária

Sobre as discussões em relação ao futuro da Internet recai a necessidade de se pensar nos parâmetros reguladores para o uso de tal ambiente midiático. O tema apresenta-se de grande relevância não apenas para as indústrias de comunicação, mas também para os demais interagentes da rede que vêm no debate público com a efetiva participação da sociedade civil organizada a maneira mais adequada de definir os caminhos para os novos usos de uma mídia de natureza participativa e convergente.

No entorno da discussão, encontramos termos que precisam ser esclarecidos para um melhor aproveitamento do debate. Neste sentido, levantamos a idéia de que mais do que simplesmente *regulamentar* é preciso *regular* as práticas e os afazeres na Internet. Gindre (2007) não apenas afirma haver diferença entre os dois conceitos como elucida os pontos de convergência e divergência entre eles. Compreender tais distinções é essencial para o desenvolvimento desta pesquisa, já que a pirataria encontra-se em um ponto de tensão entre a regulação e a regulamentação.

Por regulamentação compreende-se a fixação de um conjunto de normas e regras legais, escritas e publicadas, capazes de serem consultadas posteriormente, como é o caso da Constituição Brasileira, por exemplo. Já a regulação

envolve o processo de regulamentação (e isso é importante reconhecer), mas vai além. É um conjunto mais amplo de práticas que visam acompanhar e interferir cotidianamente em determinado processo com vistas a um objetivo definido. Pode-se utilizar de instrumentos legais, mas também de diversas outras “ferramentas sociais” (GINDRE, 2007, p. 131).

Apesar de não explicitar quais “ferramentas sociais” seriam estas, o autor cita exemplos de situações reguladas, mas não necessariamente regulamentadas. O pressuposto da regulação é o melhor funcionamento das relações na sociedade e, portanto, passa pelo crivo

do bom senso e da colaboração dos membros envolvidos no processo, ambiente ou ato a ser regulado.

Gindre (2007) menciona o caso da escrita do código-fonte como exemplo de regulação. O autor destaca não ter havido necessidade de regulamentação para deixar claro entre os programadores e os usuários os limites de *design* de um *software* e sua interface gráfica. Da mesma maneira, e aqui propomos um exemplo que envolve aspectos de natureza cotidiana, não há uma Lei específica, ou seja, uma regulamentação, que determine a proibição de uso de aparelhos celulares em bibliotecas ou salas de cinema. Contudo, há uma regulação social que vê neste uso um ato de desrespeito aos demais ali presentes, o que faz com que não seja necessária nenhuma norma escrita para tratar do caso.

Não é nosso objetivo afirmar que a solução para os problemas na Internet seja promovida estritamente pela regulação e não pela regulamentação. Reforçamos tão somente a diferença entre os termos, considerando a urgência em observar como a sociedade regula suas práticas para que, assim, a regulamentação redigida seja capaz de atingir o seu objetivo que deve ser garantir os direitos dos indivíduos. Dito de outra maneira, uma regulamentação sem considerar os anseios da sociedade pode não ser assimilada adequadamente e acabar tornando-se sem efeito prático, existindo, porém não sendo cumprida.

No caso específico dos MCM verificamos que a regulamentação consistiu em uma restrição de uso por parte da sociedade e um melhor aproveitamento de suas potencialidades por empresas pertencentes a oligopólios. Também associada às questões mercadológicas, a vitória sobre (ou diante de) um conglomerado de comunicação tem significado a emergência de outro.

Tim Wu⁵ afirma que, nos Estados Unidos, Graham Bell teve dificuldades para se estabelecer no mercado, uma vez que as empresas de mensagens telegráficas viram seu futuro ameaçado por aquela nova forma de comunicação à distância. Após “perder” a utilidade com o fim da guerra, o aparelho foi adotado pelas mulheres como uma forma de manter contato com as famílias e amigas que moravam mais distantes, determinando assim, um novo uso para o telefone.

A mulher, durante um longo período da história da humanidade, foi a responsável por estabelecer os pontos de contato entre os núcleos familiares da sociedade, sendo assim,

⁵ Palestra ocorrida no dia 4 de novembro de 2009 na mesa 01: “Protocolos, códigos e o princípio da neutralidade na rede”, do I Seminário de Cidadania e Redes Digitais promovido pela Faculdade Cásper Líbero durante os dias 4 e 5 em São Paulo/SP.

como destaca Wu, essencial para constituir os nodos da rede de relacionamento em várias épocas. Com o advento do telefone, tal papel fora facilitado, ampliando as possibilidades de contatos à distância e um estreitamento de laços, ainda que as interlocutoras vivessem em territórios distintos.

Como se vê, o telefone, ao ter o uso reconfigurado, apresenta-se como um meio potencializador e mantenedor das relações sociais. Contudo, segundo Wu (2009), foi necessário um esforço jurídico exponencial para esclarecer o óbvio e somente depois de algumas batalhas judiciais é que foi possível a consolidação da telefonia enquanto prática de comunicação regulamentada.

A radiodifusão também sofreu fortes retaliações até a implementação de uma regulamentação, sendo esta severamente restritiva. A discrepância entre a necessidade de liberdade de expressão da população e o desejo de manter os processos de comunicação limitados a poucos emissores provocou diversos protestos e manifestos, além da proliferação de radiodifusoras alternativas.

As rádios livres tiveram início poucos anos após o advento da radiodifusão. O objetivo era romper com o controle estatal que se dá tanto por aspectos econômicos, “estabelecendo critérios técnicos para a outorga do direito de transmissão”, quanto institucional, “apoiado numa legislação centralizadora e na força da coerção do aparato policial” (LIRA, 1998, p.12).

Das rádios piratas surgidas na Inglaterra a partir da década de 1950 até as rádios livres emergentes na Itália e na França durante os anos 70, os diversos governos tentaram, sem sucesso, coibir a presença das radiodifusoras que surgiam e transmitiam suas ondas por todo o território europeu. Também na década de 1970, houve a primeira transmissão radioamadora no Brasil, todavia ela não mantinha qualquer relação ou conhecimento dos eventos que ocorriam na Europa (LIRA, 1998).

Criminalizadas em diversas partes do mundo, as rádios livres funcionaram de forma clandestina por muitos anos até que os governos decidiram regulamentar as radiodifusões alternativas, com determinações específicas. No caso do Brasil, entre outras restrições, a área de cobertura do espectro é limitada e há a impossibilidade de funcionamento com fins lucrativos.

A regulamentação, ocorrida inicialmente na França e em seguida adotada pelos demais países, ainda encontra algumas dificuldades em se estabelecer na prática. Em países

como o Brasil, onde as concessões ainda demoram muito para serem liberadas, verifica-se uma forte resistência das rádios comerciais, além do envolvimento político na liberação das concessões.

Ainda citando o exemplo da radiodifusão como base para a compreensão da necessidade de uma regulamentação da Internet, Wu (2009) explica as semelhanças na gênese destes dois meios de comunicação. Assim como a Internet, o rádio foi uma invenção de amadores e, em seu princípio, os EUA estavam repletos de emissoras livres – um cenário que, para as gerações que já conheceram a radiodifusão com uma regulamentação tão rígida, fica até difícil de imaginar.

Similar à Internet, a radiodifusão foi recebida com entusiasmo e acreditava-se que seu uso sistemático poderia trazer um nível e um número de informações capazes de tornar as pessoas mais inteligentes e coerentes. Tamanho potencial despertou a necessidade das empresas em desenvolver restrições para que sua utilização se desse de uma maneira mais limitada aos indivíduos e mais lucrativa aos monopólios e foi assim que a radiodifusão viu chegar a sua regulamentação.

Para Wu, o que historicamente foi uma perda expressiva para o campo da comunicação pode também nos servir de lição: estamos em um momento em que a Internet pode se transformar em mais um monopólio e repetir a história ou, de fato, de conseguirmos fazer algo distinto do que assistimos na História. O autor defende que é necessário tomarmos os rumos da regulamentação da Internet, exigindo que ela seja produzida com bases no debate público.

Corremos o risco de sermos acometidos por uma série de normas restritivas e nos restará apenas explicar às gerações seguintes que, no princípio, em sua concepção, a Internet era uma ferramenta baseada na liberdade de compartilhamento de dados e trocas de informações considerando uma neutralidade⁶ na rede. Ou seja, o que vivenciamos hoje como potencial revolução pode se tornar apenas um passado quase irreal e estranho para os jovens que tenham acesso à Internet com diretrizes de controle calcadas na vigilância e no caráter punitivo das práticas que hoje fazem parte do comportamento que chamamos de Cibercultura.

⁶ A neutralidade na rede consiste em considerar os diferentes dados que trafegam no Ciberespaço da mesma forma.

1.1.3 Os novos tipos de licenciamento e porque eles não resolvem a pirataria

Assim como Sodré (2002), reconhecemos que a comunica o mediada ocorre em um espaço intimamente relacionado aos interesses econ micos, desde a produ o dos suportes até os próprios conteúdos veiculados. Neste último caso, há uma mudança sensível na maneira como os indivíduos se relacionam com os produtos culturais quando disponibilizados na Internet. Comportamentos como o compartilhamento gratuito de produtos mesmo sem a prévia autoriza o das empresas detentoras dos direitos autorais preocupam a indústria do entretenimento, ao passo que a mesma indústria possibilita, a partir de instrumentos tecnológicos, a reprodu o cada vez mais simplificada e caseira de seus próprios produtos.

As necessidades de poder e controle naturalmente se instalam na fonte de riqueza da época. Neste caso, estamos tratando da propriedade intelectual que, como já afirmou Mark Getty,   o petróleo do século XXI⁷. Por esta razão, a pirataria de produtos culturais tem sido considerada um problema internacional pela indústria do entretenimento. Contudo, apesar de ser tratada como um problema, ela encontra espaço para ser realizada em escalas gradativamente maiores graças aos suportes tecnológicos desenvolvidos pelo mercado que facilitam a conduta não apenas da cópia, mas, sobretudo, da distribui o dos produtos culturais.

A possibilidade de distribuir um conteúdo para diversos indivíduos   amplamente facilitada pelas malhas da rede. Por esta razão,   na Internet onde atualmente são travadas as discussões a respeito dos novos usos possíveis dos produtos culturais. A facilidade de transmissão reside na imaterialidade. Assim, o aumento das possibilidades de modificar os conteúdos propicia ao indivíduo um nível de liberdade que desde o princípio rege os relacionamentos na Internet.

Se a preocupa o com a propriedade intelectual tivesse sido levada a cabo pelos universitários estadunidenses, seria pouco provável que a Internet estivesse no estágio evolutivo em que se encontra atualmente. Castells (2004) destaca que a evolu o da rede reafirma a idéia de que a coopera o e a liberdade de informa o favorecem mais a inova o

⁷ Disponível em <http://www.stealthisfilm.com/Part2/projects.php>. Acesso em 08 de fevereiro de 2009.

do que a concorrência e os direitos de propriedade. Criada inicialmente com fins militares, mas desenvolvida e disseminada com o auxílio determinante da classe estudantil norte-americana, a Internet surgiu como uma cultura de libertação, uma vez que não há apenas um criador, mas vários, muitos deles anônimos, que tiveram acesso ao sistema pela cultura de compartilhamento de informações.

1.1.3.1 O software livre e o advento do Copyleft

Uma vez desenvolvida por meio do acesso compartilhado dos códigos, a Internet envolve em seu cerne o debate dos novos usos possíveis de conteúdos imateriais, como é o caso de *software*, músicas, livros, vídeos e imagens que de uma vez por todas, acabaram por desvincular-se dos suportes tão arraigados ao consumo de bens culturais em nossa sociedade. Um dos pioneiros na discussão a respeito do novo “manuseio” de obras intelectuais foi um movimento que surgiu logo após os *softwares* adquirirem preço de mercado.

Rosa (2005) explica que nas décadas de 1950 e 1960 o *software* não era percebido como um elemento isolado, mas como parte integrante do *hardware*. Neste sentido, os esforços comerciais eram dispensados aos equipamentos e não ao programa em si:

Não existia na época algo que realmente se pudesse chamar um mercado comercial de *software*. O negócio da indústria informática concentrava-se então no fabrico de *hardware*, e os fabricantes produziam o (reduzido) *software* necessário ao seu funcionamento sem que este possuísse um estatuto comercial específico e autónomo. Na realidade, e literalmente, apenas existia *hardware*, visto o *software* ser pensado como uma sua parte integrante.

Rosa (2005) ressalta também o fato de que, uma vez não sendo observado o *software* como algo que pudesse se desprender da parte física, vários programas distintos eram criados e cada um deles era compatível única e exclusivamente com a máquina para o qual fora desenvolvido. O sistema operacional (SO) *Unix* foi o primeiro a buscar uma “linguagem universal”, capaz de ser executada em máquinas com distintas configurações técnicas. Era largamente compartilhado entre os desenvolvedores que o aprimoravam por meio da construção coletiva.

A potencialidade do *Unix* fez com que, na década de 1970, a empresa AT&T adquirisse os direitos sobre uma das versões do SO e iniciasse o mercado de *software* cujo código não poderia mais ser acessado livremente. Com os códigos-fonte fechados, houve uma perda da liberdade para modificar os programas. Assim em 1984, surge o Projeto GNU, com o objetivo de criar um SO totalmente livre, homônimo ao projeto⁸.

Richard Stallman, idealizador do GNU, cria então idéia de *free software*. Apesar do duplo sentido que a expressão *free* carrega (tanto pode ser utilizado para “grátis” como “livre”, se traduzido ao português), a expressão “*software* livre” não se trata apenas de uma questão de preço, mas da possibilidade de o usuário modificar o programa e adaptá-lo às suas necessidades⁹. Nada impede, portanto, que ele tenha o código aberto e seja comercializado. Em 1985 Stallman funda a *Free Software Foundation* (FSF), ou Fundação para o *Software* Livre, uma organização sem fins lucrativos que pretende manter os programas de computador com os códigos-fonte abertos.

Na mesma década, o Projeto GNU cria a *General Public License* (GPL), ou licença pública geral. Esta prevê um licenciamento específico para *software*, por meio de “liberdades” que vão desde a modificação, cópia, distribuição ou simplesmente a execução de um dado programa. Ou seja, “a GPL permite que os programas sejam distribuídos e reaproveitados, mantendo, porém, os direitos do autor por forma a não permitir que essa informação seja usada de uma maneira que limite as liberdades originais”¹⁰.

As liberdades que regem os princípios do *software* livre¹¹ são:

- Liberdade nº0: executar o programa, para qualquer propósito;
- Liberdade nº1: estudar como o programa funciona e adaptá-lo para as suas necessidades.
- Liberdade nº2: redistribuir cópias de modo a auxiliar o próximo;

⁸ Conteúdo retirado da Wikipédia. Destacamos que a enciclopédia eletrônica também é uma das iniciativas que utilizam as licenças desenvolvidas pelo projeto GNU. Disponível em <http://pt.wikipedia.org/wiki/GNU>. Acesso em 01 de agosto de 2008.

⁹ Disponível em <http://www.gnu.org/>. Acesso em 30 de julho de 2008.

¹⁰ Disponível em http://pt.wikipedia.org/wiki/GNU_General_Public_License. Acesso em 30 de julho de 2008.

¹¹ As regras para a liberdade do *software* livre estão disponíveis em http://pt.wikipedia.org/wiki/Licen%C3%A7a_P%C3%ABlica_GNU. Acesso em 01 de agosto de 2008.

- Liberdade nº3: aperfeiçoar o programa e liberar os seus aperfeiçoamentos de modo que toda a comunidade se beneficie deles.

A negação aos direitos autorais como foram concebidos e utilizados até então é nítida. Há uma clara convocação aos usuários a não “protegerem” os seus trabalhos sob o pretexto do lucro e da noção de reconhecimento, já que a GPL prevê tanto o reconhecimento da autoria como a possibilidade de comercializar o *software*, caso seja este o desejo do desenvolvedor.

Paralelo ao movimento da FSF, em contraposição à comercialização do *software* com o código fechado, Don Hopkins cria a expressão *copyleft* que logo é popularizada por Stallman. O termo se contrapõe ao *copyright* como uma nova forma de tratamento para questões como os direitos autorais e a propriedade intelectual de produtos culturais.

Além do trocadilho entre o *right* (direito, refere-se aos “direitos de cópia” do autor) e *left* – esquerda, contrapõe às questões relativas aos direitos, contudo, Stallman explica que não deve ser entendida como a postura política que os ativistas a compreenderiam (RICHARDSON; KLEINER, 2006) –, encontramos também outro jogo de palavras. Se o *copyright* garante *all rights reserved* (todos os direitos reservados), o *copyleft* sugere *all rights reversed* (todos os direitos reversos).

Apesar da provocação, o *copyleft* não tem nenhuma validade jurídica (CERDEIRA, 2003). Os que utilizam tal licença, entretanto, têm o objetivo de reconsiderar os direitos autorais, mantendo a sua obra em liberdade. Ou seja, caso alguém a modifique, é necessário que sejam respeitadas as mesmas possibilidades de mudança dadas originalmente.

Segundo Ortellado (2002), “o conceito de *copyleft* é aplicado na produção literária, científica, artística e jornalística”. No caso específico da GPL, como foi criada inicialmente para programas de computador, ela é utilizada para este tipo de criação. Para outros tipos de obras, surgiram licenças apropriadas, como é o caso do *Creative Commons* (CC) e do *Open Access* (OA).

1.1.3.2 Creative Commons: alguns direitos reservados

O *Creative Commons* (CC) é uma organização sem fins lucrativos que tem como um de seus fundadores o jurista e entusiasta da cultura livre na Internet Lawrence Lessig. O CC propõe, basicamente, oferecer licenças flexíveis aos autores. Dessa maneira, encontram-se disponíveis no *site* da entidade¹² várias formas de licenciamento que podem ser combinadas até que o autor da obra autorize o uso que deseja de sua criação. O objetivo é que as produções possuam “alguns direitos reservados”, escolhidos e adaptados à necessidade de quem disponibiliza o seu trabalho.

Como explica Lessig (2008), a intenção do projeto não é competir com o *copyright*, mas complementá-lo: “seu objetivo não é eliminar os direitos dos autores, mas sim tornar mais simples para autores e criadores exercer seus direitos de maneira mais flexível e barata.”. O autor acredita que dessa maneira, a criatividade pode ser exercida mais facilmente.

O CC propõe licenças para obras de áudio, vídeo, imagem, texto, obras educativas e também de *software*. Um de seus representantes no Brasil, Lemos, explica que “ninguém sabe direito o que pode e não pode fazer na internet. Eu tenho a impressão, por exemplo, de que se comprar um CD na loja, pagar por ele, eu posso copiá-lo para o meu iPod. Mas não posso” (CARMEN, 2008).

Este é um dos pontos de tensão entre o cidadão, o autor, a Lei e o mercado. Enquanto a Lei não esclarece o que pode ou não ser feito, o mercado desenvolve produtos e formatos de arquivos que o indivíduo não sabe exatamente como é permitido utilizá-los. Por outro lado, há autores que não vêem como um problema os novos usos de suas produções, mesmo que não estejam previstos em Lei.

Como explica o vídeo promocional do CC¹³, toda obra quando criada deve ter alguma proteção para garantir o direito do autor sobre o produto. Esta reserva de direitos é largamente e automaticamente feita pelo *copyright*. A proposta do CC é que a autonomia de decisão do que deve ser feito com determinada produção seja do autor e não do intermediário (gravadora, produtora, editora etc) ou de uma Lei pré-estabelecida.

Uma das críticas sobre os direitos de propriedade intelectual diz respeito ao fato de terem sido concebidos como uma extensão do regime de propriedade industrial, não

¹² <http://creativecommons.org/>

¹³ O vídeo pode ser acessado através do endereço <http://www.youtube.com/watch?v=izSOrOmxRgE>.

considerando as diferenças entre estes produtos (SANTOS, 2007). O *copyright* apresenta-se, assim, não como uma Lei cujo objetivo é contribuir para a liberdade de criação e proteção ao autor, mas tão somente como instrumento que dificulta tal processo, já que defende, não a criação, mas esta enquanto produto mercadológico.

Santos (2007, p. 1) relembra que o objetivo primário dos direitos de propriedade era o de ser um “mecanismo capaz de proteger a invenção em nossa sociedade e, assim, assegurar o progresso da ciência e da tecnologia para o bem da humanidade”, o que, para os críticos, não tem acontecido. Lessig (2008, p.19) postula que “a função da Lei é cada vez menos apoiar a criatividade e cada vez mais proteger certas indústrias da competição”. Neste sentido, o jurista norte-americano defende a necessidade de se discutir formas de licenciamento mais adequadas à realidade da produção atual.

É válido ressaltar que Lessig é um entusiasta dos direitos de propriedade, no entanto, acredita que não é possível que estes continuem sendo exercidos de forma que privilegie apenas os grandes grupos. Para ele, o protecionismo exacerbado impede a criação de novas obras. Para defender a sua tese, cita como exemplo autores como Walt Disney que “tomavam emprestado” elementos de outros artistas, desenvolvendo uma nova forma de recontar histórias.

É possível perceber que o CC, apesar de consonante com o novo sistema de produção e troca cultural, não resolve a problemática da pirataria, uma vez que aderi-lo significa romper com um modelo de negócios secular e ter perdas significativas nos lucros, ao menos em um primeiro momento. Apesar de demonstrar uma crescente utilização da licença em ambientes acadêmicos ou até mesmo culturais, percebe-se que são grupos conectados com o ambiente virtual e com as especificidades da Cibercultura e sabemos que não são apenas estes que criam ou consomem produtos culturais.

Verifica-se a adesão ao CC em *blogs*, *sites* e *fotologs*, geralmente com o intuito de demonstrar uma postura política mais próxima da realidade de produção atual. Neste sentido, assistimos a casos como o do atual presidente dos Estados Unidos Barack Obama utilizar no

site de sua campanha (*change.gov*) uma licença dessa natureza¹⁴ da mesma forma que o *blog* do Planalto no Brasil¹⁵.

Empresas também passam a adotar o CC como estratégia de aproximação e participação do público na elaboração de mensagens, conteúdos, serviços. Destacamos uma ação da marca italiana de automóveis, a Fiat. Por meio do *site* *fiatmio.cc* e sob o *slogan* “Fiat mio: um carro para chamar de seu”, a empresa propôs aos internautas o desenvolvimento de um carro sob licença CC, a partir das sugestões enviadas por eles. Como no próprio site se explica: “o projeto Fiat Mio utilizará essas licenças para agregar e propagar as idéias enviadas por você para o site. Através delas, juntamente com nossa equipe de engenheiros automotivos, produziremos um carro conceito, o primeiro carro do mundo criado pelos e para os usuários”. Há, como se pode observar, uma possibilidade de completa convivência entre o sistema capitalista de produção e o CC, não sendo elementos excludentes.

No *site* da Fiat também não há nenhum “selo” que explique qual a combinação de licenças foi utilizada para proteger o projeto. Quando se trata de *sites*, *blogs* ou outras páginas na Internet, por exemplo, é possível detectar uma imagem, geralmente no final da página que, ao ser clicada, disponibiliza os usos que o autor permitiu.

Na página que utilizamos como exemplo, o autor permite a qualquer pessoa que ela compartilhe, distribua e divulgue o trabalho, podendo este também ser remixado, desde que se faça menção ao autor do conteúdo original.

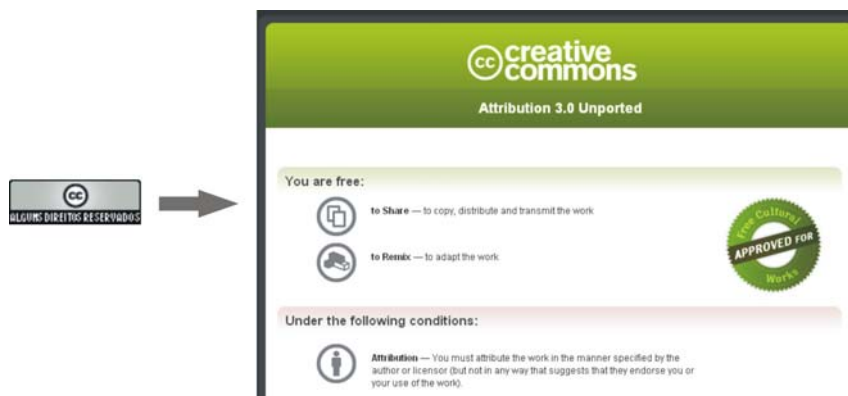


Figura 2 – Alguns direitos reservados. Exemplo de um selo disponível em *sites* registrados sob esta licença e de uma página que explica quais usos podem ser feitos do que está publicado naquele espaço.

Fonte: <http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/>

¹⁴ Disponível em:

http://www.creativecommons.org.br/index.php?option=com_content&task=view&id=110&Itemid=1. Acesso em 29 de dezembro de 2008.

¹⁵ Disponível em

http://www.creativecommons.org.br/index.php?option=com_content&task=view&id=128&Itemid=1. Acesso em 3 de setembro de 2009.

Reforçamos ainda que apesar da possibilidade de convivência entre as licenças CC e o modelo industrial de negócios propiciado pelo capitalismo, grande parte das produções industriais culturais, entre elas os produtores de *blockbusters* ou dos álbuns musicais situados no topo da cauda longa (apenas para citar dois exemplos) não aderiram a este novo licenciamento das obras, assim como grande parte dos autores independentes.

Parece-nos claro que ainda estamos em fase de teste, na qual se arrisca um projeto com o objetivo de estudar a sua repercussão. Citamos como exemplo de indivíduos que realizam determinadas experimentações o caso do cantor e ex-ministro Gilberto Gil que, apesar de disponibilizar algumas de suas canções, não é todo o seu material que fica disponível para tal uso.

1.1.3.3 *Open Access e a produção científica*

Em relação à divulgação acadêmica e científica, há um movimento específico, denominado de Movimento Acesso Aberto ou *Open Access* (OA). Com o objetivo de disponibilizar a produção científica na rede, a única restrição que o Movimento faz é em relação à atribuição de autoria, que deve ser mantida em caso de utilização do material, seja ele completo ou em partes. Em suma, a apropriação da obra pode ser realizada como em qualquer processo de elaboração de uma obra acadêmica, na qual somos estimulados a referenciar os autores consultados no decorrer da pesquisa.

O Acesso Aberto também divulga iniciativas como o CC e a filosofia *copyleft*. Na verdade, esses movimentos não são excludentes e possuem o mesmo objetivo: propor alternativas legais para a reprodução de obras, sem limitá-las ao *copyright*, única alternativa que dominou os espaços desde a Modernidade até então, possibilitando assim, uma maior divulgação e propagação de obras culturais.

A parceria entre os movimentos é possível de ser verificada no caso da *Scientific Electronic Library* (SciELO) – uma biblioteca eletrônica, cujo objetivo é indexar periódicos brasileiros. A SciELO, desde sua concepção, tem a função de trabalhar em acesso aberto, antes mesmo da estruturação do movimento ao redor do mundo. Recentemente, adotou o

licenciamento CC para atribuição de acesso e uso das obras indexadas¹⁶. Neste caso, há um embaçamento entre os limites das licenças e parece-nos claro que elas próprias não têm o objetivo de diferenciar-se uma das outras, senão promover o livre acesso ao conteúdo.

1.1.3.4 *Anticopyright: todos os direitos dispersos*

As propostas de licenciamento já citadas permitem uma maior divulgação dos trabalhos, adequando-se às necessidades da Internet. A desterritorialização do conteúdo e da colaboração é uma realidade que muitos internautas já adaptam à sua realidade criativa. Todas essas iniciativas encontram aspectos comuns e não se situam em um espaço determinado. São idéias em processo de elaboração que encontram adeptos na rede.

Observa-se, todavia, que tais licenças também enfrentam críticos – e não nos referimos à indústria do *copyright*. Também avessos à idéia de “todos os direitos reservados”, há um movimento anterior ao *copyleft*, CC ou OA intitulado *anticopyright* ou “sem *copyright*”.

No que se refere ao *copyleft*, a crítica incide no fato de que ele não restringe àqueles que se apropriem dos conteúdos e os insiram na lógica de mercado. Como explicam Richardson e Kleiner (2006) “esta versão de liberdade não suprime a troca, nem é incompatível com uma economia capitalista”, o que, para o *anticopyright*, trata-se de uma postura equivocada.

Ao CC também são expostas críticas severas. Chamada pelos autores de *creative anti-commons*, Richardson e Kleiner (2006) explicam que “antes de professores de Direito como Lawrence Lessig se terem interessado pela propriedade intelectual, o discurso entre os contestatários era contra qualquer espécie de posse – intelectual ou física – sobre o *commons*”. Lessig é favorável à idéia de propriedade por julgar que o estímulo à criação também reside no reconhecimento do autor, fator amplamente questionado no ensaio de Richardson e Kleiner (2006), publicado sob licença *anticopyright*.

¹⁶ A notícia sobre o assunto pode ser encontrada no próprio site do CC através do link: http://www.creativecommons.org.br/index.php?option=com_content&task=view&id=131&Itemid=1. Acesso em 4 de dezembro de 2009.

Creative Commons serve para ajudá-la a “si”, o produtor, a manter o controle sobre a “sua” obra. Você pode escolher entre uma série de restrições que pretende aplicar à “sua” obra, como proibir a reprodução, a criação de obras derivadas ou a utilização comercial. Parte-se do princípio que, sendo você um autor-produtor, tudo o que crie e que afirme é propriedade sua. O direito do consumidor não é mencionado, tal como a distinção entre produtores e consumidores não é disputada. A Creative Commons não rejeita o controle exercido pelo produtor; antes, legitima-o.

O movimento *anticopyright* tem encontrado na pirataria uma de suas maiores expressões. Para eles, iniciativas legais como o CC, *copyleft* ou OA, não são suficientes para realizar uma ruptura com a atual estrutura de direitos reservados. É o caso da *League of Noble Peers*¹⁷, que lançou dois documentários contra os direitos autorais e em prol da pirataria. Os filmes, dirigidos pelo Ph.D. em filosofia e cineasta-amador britânico Jamie King, estão disponíveis na rede e qualquer um pode baixá-lo, quebrando o direito autoral, uma vez que os documentários são propositadamente protegidos pelo *copyright*. A página que hospeda os vídeos¹⁸ conta com a ajuda de internautas de várias nacionalidades que os traduzem para diferentes idiomas e transmitem a mensagem: a pirataria não é um fenômeno transitório, mas veio para ficar.

A primeira parte do filme foi produzida e lançada na Suécia em 2006 e explora a pressão política e econômica que o país recebeu para inibir ações de grupos como o *The Pirate Bay* (TPB), organização *anticopyright* dissidente do grupo *Piratbyrån*. As pressões incluíram até a interferência da Organização Mundial do Comércio (OMC). O motivo da represália é porque, na Suécia, a indexação de arquivos em *sites* não é ilegal, o que facilita a ação dos piratas. O nome do filme já é um convite à pirataria: *Steal this film* (roube este filme).

A segunda parte (*Steal this film II*), produzida em 2007, amplia a discussão analisando o aspecto cultural e tecnológico que revela a impossibilidade do cumprimento do direito autoral da maneira como é trabalhado atualmente. O objetivo do filme é mostrar que deve haver uma separação entre a produção cultural e o aspecto financeiro nela envolvido.

Para o terceiro filme, ainda em fase de desenvolvimento, Jamie King explica que deve explorar mais a afirmação do presidente da *Getty Images*¹⁹, Mark Getty, de que “a

¹⁷ O nome do grupo (Liga dos Nobres Pares) faz referência ao sistema de compartilhamento de arquivos na internet *peer-to-peer*, ou ponto-a-ponto, popularizado por Shaw Fanning, criador do *Napster*.

¹⁸ www.stealthisfilm.com

¹⁹ Empresa que vende imagens pela internet. Endereço: www.gettyimages.com/

propriedade intelectual é o petróleo do século XXI”²⁰. Para os entusiastas do movimento, essa frase demonstra que a “riqueza” intelectual deve ser explorada por um pequeno grupo que detém o controle sobre a produção imaterial, aproximando-se do controle das riquezas materiais como é o caso do petróleo. Por este motivo, tal afirmação continuará sendo analisada na próxima produção do grupo que conta com doações para continuar a desenvolvendo seus materiais. Para realizar o terceiro trabalho, o grupo deve fazer pesquisas também na Ásia, ampliando o território de análise, demonstrando que a pirataria é um fenômeno global.

Neste sentido, reafirmamos que licenciamentos como o CC ou o *copyleft* podem até sugerir novos caminhos, contudo é pouco provável que eliminem a pirataria. Reconhecemos que não são todos os indivíduos que contribuem para a pirataria que conhecem ou tomam para si a postura política do movimento *anticopyright*, contudo a prática reflete alguns anseios. Estes se apóiam em elementos como a ausência completa de direitos e propriedades e a não concordância com as estruturas do sistema capitalista, o que nos faz recorrer à citação de Caetano (2007): “a tecnologia digital e a reprodução e recombinação a custo zero do original que ela permite apenas vieram tornar explícitos para o cidadão comum o equívoco que está por detrás do argumento de que alguém pode ser dono de uma obra criativa”.

1.2 A QUEM PERTENCE UMA OBRA?

No que se refere à proteção da criação intelectual, é possível verificar sob qual ideologia ela é elaborada e a qual ideologia ela serve. Santos (2007, p.1) explica que “o postulado que fundamenta e legitima a existência da propriedade intelectual é que ela seria o mecanismo capaz de proteger a invenção em nossa sociedade e, assim, assegurar o progresso da ciência e da tecnologia para o bem da humanidade”.

Neste sentido, torna-se óbvio e natural que tal necessidade seja contemplada nas discussões que se tem estabelecido a respeito dos direitos autorais, especialmente quando nos referimos à necessidade de proteção por parte do criador. Contudo, Santos (2007, p.1) ressalta que a propriedade intelectual vem sendo questionada por apresentar, também, outra face:

²⁰ O acompanhamento para a próxima produção pode ser conferido em: <http://oil21.org>. Acesso em 30 de dezembro de 2008.

[...] tal postulado vem sendo cada vez mais questionado e criticado, não só por aqueles que vêem na extensão do regime de propriedade industrial à produção do conhecimento uma nova e abusiva forma de *enclosure*, mas, também, por algumas vozes de dentro do sistema, que o entendem como um entrave à liberdade de dispor dos recursos intangíveis da cultura como um todo, e até mesmo como um entrave ao próprio desenvolvimento da ciência e da tecnologia.

A crítica se amplia na medida em que há a viabilidade técnica para uma produção autônoma que sofre um entrave jurídico, uma vez que as Leis de propriedade intelectual não estão em consonância com a realidade produtiva. Estruturas de proteção às obras desenvolvidas na Modernidade como o *copyright* estão fora de sintonia com a realidade das novas tecnologias (LESSIG, 2008).

O motivo envolve tanto os instrumentos técnicos quanto o comportamento dos indivíduos mediante os produtos. Como reforça Lévy (1999, p.22), “as tecnologias são produtos de uma sociedade e de uma cultura”. Por esta razão, não há como separar a tecnologia desenvolvida pelo mercado do comportamento atribuído aos indivíduos, ainda que os dois entrem em um conflito de interesses em relação à usabilidade e ao acesso às obras.

Gandelman (2007, p. 58) postula que a reprografia é uma problemática “terrivelmente incentivada pela facilidade de aquisição e uso de aparelhos reprodutores”. Entretanto, para alguns autores, a idéia de reprodução não parece ser tão terrível ou assustadora. Ao contrário: há o entendimento de que a ascensão do processo criativo e estético é incentivada pelos processos de reprodutibilidade possíveis a partir dos instrumentos tecnológicos.

Castells (2006, p.227) destaca que “não houve direito de propriedade nem controle burocrático para desenvolver a rede de comunicação mais potente da história. Na realidade, foi a não-existência desses controles que a possibilitou”. Como se vê, a liberdade nos espaços da produção dos bens culturais acompanha a mesma dinâmica que construiu a nova ambiência. E é neste território fluido onde não apenas assistimos, mas por vezes participamos de diversos comportamentos, ente eles a pirataria (a princípio combatida com o rótulo da ilegalidade), que tomam corpo e estruturam uma cultura que solicita alterações profundas na maneira como tratamos os produtos culturais.

Assim como a noção de arte foi revista em diversos momentos históricos, a idéia de autoria também se reconfigurou na sociedade. Manso (*apud* GANDELMAN, 2007, p.25)

afirma que na legislação romana não há nenhum indício de direitos de autor, contudo, reforça que isto não significa que não houvesse um reconhecimento dele na sociedade: “por isso é que, passados quase 2.500 anos, ainda sabemos, como era sabido na sua época, que *Antígona*, *Édipo Rei* e *Electra* são obras de Sófocles”.

Reforçamos, contudo, que a noção de autor é mutável no percurso histórico, o que faz alguns pesquisadores acreditarem tanto em atribuições de autoria para legitimar um discurso como também em arquétipos que foram transmitidos por gerações, mas que não necessariamente se referem a um indivíduo. Homero é um clássico exemplo do problema que estamos tratando. Ele é o único autor da *Odisséia*? E Sócrates, existiu de fato ou nada mais é do que um recurso narrativo de Platão? Como afirma Martins (2009, p.4), essas possíveis atribuições reforçam uma idéia de autoridade mediante o discurso: “é como se essa assinatura fosse uma espécie de mecanismo cultural para avalizar um conteúdo da tradição. Algo, vale ainda frisar, muito distante da concepção consensual que hoje se tem da autoria”.

Até a fundamentação das bases da Modernidade, era permitida ao criador a utilização mais livre das obras que o antecederam com o intuito de desenvolver novos textos, não havendo impedimentos legais para tal ato. Dessa maneira, muito da obra clássica tem sua referência na cultura popular com bases na oralidade, esta que, mesmo sem o estatuto da autoria, permanece durante os séculos.

A necessidade da nomeação do autor aponta tanto para o reconhecimento do indivíduo enquanto produtor de um bem cultural capaz de enriquecer a coletividade como também para a mercantilização da obra. Se antes da prensa de Gutenberg os produtos circulavam com ou sem atribuições de autoria, quando as obras se consolidam como dotadas de um preço de mercado, destaca-se a necessidade de saber a quem conceder a licença de publicar os discursos. Esta, em um primeiro momento, não foi concedida ao autor, mas ao detentor da prensa, iniciando a relação de poder entre o criador de uma obra e o intermediário, ou seja, quem pode levá-la a um maior número de pessoas.

Barthes (1988, p.65) postula que, nas sociedades etnográficas, a narrativa não é assumida por um indivíduo, um autor bem demarcado no contexto social, “mas por um mediador, xamã ou recitante, de quem, a rigor, se pode admirar a *performance* (isto é, o domínio do código narrativo), mas nunca ‘o gênio’”. Um texto, narrativa ou uma obra não pertenciam, por assim dizer, a um membro específico da sociedade, mas a uma experiência coletiva de ver, ouvir e reproduzir o conteúdo adiante.

Na nova estrutura de produção artística com bases no capitalismo, o autor é ressaltado como alguém iluminado, capaz de ter idéias originais, omitindo a possibilidade de que as obras são resultantes das experiências culturais cotidianas que temos ao nos relacionarmos com os outros. A originalidade relacionada à autoria sufoca a apreciação da construção coletiva da cultura.

O conceito de originalidade é reforçado pela noção de individualismo que emerge com a escrita e é ampliada com a prensa. Como explica Silveira (2008, p.85), “a construção da idéia de indivíduo foi vital para retirar a criatividade do cenário comum e apresentá-la como resultante de mentes isoladas e brilhantes”.

Neste sentido, o autor passa a ser uma marca, cujo valor é associado à assinatura e não exclusivamente à capacidade artística que compõe a obra. Cascais e Miranda (2006, p. 21), ao recorrerem ao discurso de Foucault, explicam:

O nome de autor não é um nome próprio como qualquer outro, mas antes um instrumento de classificação de textos e um protocolo de relação entre eles ou de diferenciação face a outros, que caracteriza um modo particular de existência do discurso, assinalando o respectivo estatuto numa cultura dada.

Dessa maneira, a atribuição de uma dada autoria a um texto específico determina o olhar sob o qual vai ser realizada a leitura. Não se trata de um texto qualquer ou como reforça Foucault (2006), trata-se de um texto com autor e não com um simples redator. A diferença reside na autoridade destacada à autoria que assume um lugar de fala supostamente distinto das pessoas comuns, dos discursos cotidianos.

A assinatura de autor apresenta mais dois aspectos que merecem ser considerados. O primeiro deles diz respeito à sua assinatura destacar a função da nomeação da autoria que, desde o princípio das Leis de propriedade, implica não apenas no reconhecimento de um trabalho como também em um censor dos discursos. Esta idéia é reforçada por Foucault (2006, p. 47) para quem a necessidade de impor a autoria a uma obra é atrelada à atribuição de responsabilidade a quem produzisse discursos que, de alguma forma, pudessem ser pouco convenientes às oligarquias: “os textos, os livros, os discursos começaram efectivamente a ter autores [...] na medida em que o autor se tornou passível de ser punido, isto é, na medida em que os discursos se tornaram transgressores”. Neste sentido, assinar uma obra permite a

tomada de conhecimento sobre a identidade do autor para, no caso de o conteúdo da obra não ser conveniente, puni-lo ou censurá-lo.

O segundo aspecto, evidenciado por Cascais e Miranda (2006), diz respeito ao fato de uma obra ser reconhecida não necessariamente por seu valor artístico e sua criatividade, senão por ter o respaldo de uma assinatura já estabelecida na sociedade.

Esse *status* é discutido por Foucault (2006, p.51) que vê na construção da autoria na Modernidade similaridades com a legitimação dos discursos religiosos: “a crítica moderna utiliza esquemas muito próximos da exegese cristã quando esta queria provar o valor de um texto através da santidade do autor”.

Uma vez santificado o criador de uma obra, o seu texto torna-se inquestionável. Esta é a ideologia da Modernidade ao atribuir a noção de originalidade a um determinado indivíduo. O autor, por sua vez, transforma-se em referência para os demais, assim como os santos e seus papéis ocupados na hierarquia religiosa.

Para Thompson (2007) no mundo moderno a religião foi substituída pela ideologia e, por esta razão, mantém algumas de suas características primárias. O que gostaríamos de ressaltar, no entanto, é que os indivíduos começaram a crer nos textos cartesianos da Modernidade baseados na autoridade da assinatura dos produtos culturais.

Até hoje encontramos resistência no processo de produção colaborativa no que se refere à tipificação do autor nestes casos, bem como da possibilidade de publicação sem necessariamente passar pelo crivo ou filtro de intermediários. Reconhecemos um produto como verdadeiro, uma notícia como real não apenas pelo seu conteúdo, mas pelo local onde foi exposto, pela “santidade” do autor que o assinou ou pela relevância da “capela” em que tal discurso foi proferido.

Nos casos que envolvem a prática da pirataria, a autoria é respeitada, uma vez que a busca por um discurso é baseada em quem o fez ou quem faz parte deste. Isto significa que consumimos uma determinada obra cultural por tomarmos conhecimento de quem a fez. O fato de Pablo Neruda assinar um livro, por exemplo, já predispõe o leitor a um desejo de adquirir a obra, ainda que não tenha maiores informações sobre o seu conteúdo: o fato de ser Neruda é o que chama atenção para uma possível qualidade da obra. Assim o é com as demais obras: vemos um filme pelos atores que estão em cena ou pela produtora ou diretor que realizaram o trabalho. Ou seja, na pirataria estes créditos permanecem, pois são a garantia do consumo daquele produto.

É sabido, no entanto, que nem todas as obras de um autor são capazes de sustentar a mesma qualidade técnica e de transmissão de idéias. Ainda neste caso, destacamos o fato de uma vez adquirido determinado prestígio a partir de um gênero ou modelo específico, é possível que o autor se encontre em um impasse criativo capaz de impedi-lo de aplicar novas experiências. Mudar o estilo pode causar um estranhamento em seu público. Este, por sua vez, pode optar por não mais consumir aquele autor, gerando uma perda no valor de mercado da sua assinatura, o que não significa, necessariamente, uma perda da qualidade artística da obra. Dito de outra maneira há uma resistência à novidade por parte da indústria, por esta apresentar-se como risco ao lucro.

A dificuldade de um autor em transitar por estilos distintos também fez Barthes (1988, p.66) afirmar que associar o autor à sua obra pode constituir um ato de tirania contra o próprio autor, julgado e analisado pelos críticos, que mesclam obra e vida como se necessitassem, obrigatoriamente, de uma coerência entre ambos:

[...] a crítica consiste ainda, o mais das vezes, em dizer que a obra de Baudelaire é o fracasso do homem Baudelaire, a de Van Gogh é a loucura, a de Tchaikovski é o seu vício: a *explicação* da obra é sempre buscada ao lado de quem a produziu, como se, através da alegoria mais ou menos transparente da ficção, fosse sempre afinal a voz de uma só e mesma pessoa, o *autor* a entregar a sua “confidência”.

Ainda retomando o discurso de Barthes (1988), o fato de apenas um escritor redigir uma obra não implica afirmar que ela está livre da construção coletiva, pois a escrita, seria nada mais do que um “tecido de citações”, por onde a linguagem transmitiria uma idéia e não quem dela se apropria. A supressão do autor seria, portanto, o caminho para “devolver ao leitor o seu lugar” (BARTHES, 1988, p.66).

Sabe-se que o lugar reservado ao leitor, apesar de amplamente restringido ao longo dos séculos, sempre foi o de estabelecer novos significados ao conteúdo recebido. É ele, como bem lembra Barthes (1988), que é capaz de ver além do que o autor gostaria de dizer. O lingüista estabelece uma relação do autor e das personagens que, sem a incompreensão destes do todo da narrativa, não teríamos belíssimas tragédias.

O autor cita como exemplo o fato de que na tragédia grega a narrativa é constituída de “palavras de duplo sentido que cada personagem compreende unilateralmente”, estilo que, segundo Barthes (1988) é o que revela o aspecto tragicômico da obra. Contudo, há

“alguém que ouve cada palavra na sua duplicidade, e ouve mais, pode-se dizer, a própria surdez das personagens que falam diante dele: esse alguém é precisamente o leitor” (BARTHES, 1988, p.70). O poder do leitor determina, assim, a crise da crítica.

Para Barthes (1988), tanto o autor quanto o crítico de obras estão em crise. Ele atribui o evento ao fato de que o segundo sempre busca constituir o seu discurso sobre a relação entre autor/texto. Uma vez o autor estando em crise, como explicar o que dele advém, quando “ele” é uma instância bem mais complexa do que poderíamos supor outrora? Neste impasse, não é de se admirar que o leitor se sobressaia e faça as vezes de crítico daquilo que lhe chega. Tamanha a oferta, o crítico/leitor elabora seus caminhos tanto para chegar à obra quanto para propor novos sentidos a ela.

1.2.1 O comportamento do leitor protagonista

Barthes (1988) revelou uma crise do autor e, conseqüentemente, da crítica, ainda em 1968, sentenciando inclusive a necessidade da morte do autor para que o leitor ocupasse o espaço que lhe cabe e usufruísse daquilo que possui de fato significado: a linguagem. No ano seguinte, Foucault (2002) decreta que o autor não morreu, mas que precisamos compreender os seus significados sociais.

Com a evolução dos suportes técnicos de copiagem até o advento da Internet, observa-se que o leitor vem, de fato, transcendendo a sua relação com as obras e passa também a interferir nos processos de criação, tornando-se ele também um autor. O fato não é visto com o mesmo entusiasmo por todos os membros envolvidos neste processo. Há uma visível resistência às novas formas de produção cultural que são confrontadas a partir das possibilidades que a Internet oferece ao indivíduo para que este opine e discuta publicamente sobre o que lê, ouve, assiste.

Keen (2009) é um pessimista em relação a este novo papel dos indivíduos e a reconfiguração da idéia de autoridade na produção de conteúdo. O autor acredita que é necessário manter a institucionalização e os intermediários para garantir a qualidade da informação, pois, para ele, os novos suportes midiáticos como *blogs* e redes sociais estariam destruindo não apenas a nossa economia como também nossa cultura e os valores.

Ironizando o poder atribuído ao indivíduo nas plataformas midiáticas participativas e o papel dele na formação de uma cultura, Keen (2009) destaca as ações de empresas em que o indivíduo ocupa papel central. Em julho de 2006, a revista *Business 2.0*, uma publicação do grupo CNN, perguntou quem eram as pessoas mais importantes da nova economia e as respostas apontaram para “você”, o consumidor-criador²¹. Também em 2006, a revista *Time* elegeu “você” como personalidade do ano.



Figura 3 – Capa da *Time* (2006). Criticada por Keen (2009) por eleger “você” como a personalidade do ano.

Fonte - www.lyingmediabastards.com/pix/timeman.jpg

A possível transferência do poder da comunicação para o indivíduo, podendo este produzir e publicar conteúdos, é questionada pelo autor. Ele defende que tamanha democratização tem um custo: “o declínio da qualidade e da confiabilidade da informação que recebemos, distorcendo assim, se não corrompendo por completo, nosso debate cívico nacional” (KEEN, 2009, p.30).

Isto significa uma mudança não apenas de comportamento, mas, sobretudo, de posição ocupada na sociedade. Se diante de televisores, jornais ou rádio tratávamos de uma massa de receptores, com a Internet emerge o indivíduo e suas características peculiares. A forma como se dá a presença das pessoas nesses novos espaços de comunicação é avaliada de maneira crítica por alguns autores.

²¹ O texto sobre a eleição do consumidor-criador como personalidade do ano da revista *Business 2.0* pode ser encontrado no site da revista: http://money.cnn.com/magazines/business2/business2_archive/2006/07/01/8380208/index.htm. Acesso em 28 de janeiro de 2010.

Bauman (2008) sugere que estar na rede é praticamente uma obrigação para o indivíduo contemporâneo²². O autor diferencia a sensação das pessoas de localidades que possuem diferentes níveis de imersão tecnológica. Para ele, indivíduos residentes em um lugar onde a presença de aparatos eletrônicos no cotidiano é inferior se comparado a outros locais, “podem acreditar que as ‘redes sociais’ expressam sua liberdade de escolha” (BAUMAN, 2008, p.8). Continuando o seu argumento, o autor cita a Coréia do Sul, “onde grande porção da vida social já é, como parte da rotina, mediada eletronicamente [...] é óbvio para os jovens que eles não têm sequer uma pitada de escolha” (Idem).

Neste ponto, é preciso retomar o caso do Brasil, país onde os usuários residenciais gastam um dia por mês navegando na rede, segundo o Ibope/NetRatings (G1, 2008), número este que vem aumentando a cada pesquisa. Ainda sobre o perfil do comportamento do brasileiro em relação à Internet, Castro (2009, p.51) explica que a rede é utilizada mais como meio de comunicação entre os indivíduos, ou seja, o perfil do internauta no Brasil é de “alguém que utiliza a rede primordialmente para estabelecer ou consolidar laços e relacionamentos interpessoais”.

O internauta no Brasil, portanto, se insere nos espaços virtuais de maneira a ter uma identidade enquanto ser social. Outra crítica levantada por Bauman (2008) reside no fato de que atualmente há uma dificuldade em diferenciar o sujeito do que é consumido. O autor explica que a expressão “sociedade de consumidores” é comumente dividida em dois elementos que a compõem: os objetos que são consumidos e àqueles que escolhem tais objetos. O que se constata, porém, ainda segundo o autor, é que atualmente há um embaçamento entre as duas categorias, não havendo, assim, diferenciação entre consumidor e objeto de consumo.

Nas palavras de Bauman (2008, p.20), “a característica mais proeminente da sociedade de consumidores – ainda que cuidadosamente disfarçada e encoberta – é a *transformação dos consumidores em mercadorias*”. Neste sentido, o valor de mercado do indivíduo transcenderia à autoria de produtos culturais, pois, nessa nova formação social não é preciso criar um produto quando se pode ser um.

Primo (2009, p.3), ao explorar aspectos sobre o narcisismo e a necessidade da fama entre os indivíduos, aponta para aspectos interessantes ao nosso debate:

²² Bauman trabalha com a idéia de Modernidade Líquida para descrever o momento atual. Contudo, a partir de autores como Lemos (2007) e Silva (2006), adotamos o conceito de Pós-Modernidade e no decorrer desta dissertação trabalhamos sob esta perspectiva.

A rigor, o desejo por fama vem crescendo entre as gerações mais novas. Uma pesquisa de 2006 da Pew Research Center encontrou que 51% dos jovens de 18-25 anos afirmaram que “ser famoso” é um dos objetivos de sua geração. Essa alternativa perdeu apenas para “ficar rico”, que alcançou 81% das respostas.

O autor trabalha sob a perspectiva do sujeito-mercadoria, na qual ser celebridade é tornar-se um produto rentável e próprio da lógica dos MCM. Conforme explica Bauman (2008, p.20), nesta sociedade, definida como uma sociedade de consumidores, “ninguém pode se tornar sujeito sem primeiro virar mercadoria”. A prateleira da Internet apresenta-se, dessa maneira, como um lugar de reconfiguração desse sujeito, ou, como destaca Perniola (*apud* SODRÉ, 2002, p.156):

o eu que se espelha no monitor não é, com certeza, a consciência entendida pela tradição filosófica como interioridade, e sim o resultado do trabalho desenvolvido pela personalidade narcísica na construção da sua própria imagem. É necessário todavia evidenciar desde já que o narcisismo não é de forma alguma o amor por si próprio: a deslocação do interesse libidinal para a própria imagem realiza-se em troca de uma completa anulação da vida interior e do próprio eu real.

O sujeito-mercadoria transforma-se, portanto, em conteúdo, e aquilo que é sua produção cultural, passa a ser replicado dentro da lógica da rede, com um *status* da autoria que ele assume naquele ambiente. Keen (2009) é enfático ao afirmar que, dentro dessa dinâmica de produção voltada para o *ego*, nossa cultura tem muito a perder.

Utilizando notícias do *New York Times* (NYT) que afirmam que 50% dos blogueiros publicam conteúdos sobre suas vidas pessoais e que o canal de vídeos do *YouTube* convida, em seu *slogan*, o internauta a transmitir-se a si mesmo, Keen (2009, p.12) conclui: “em vez de usá-la [a Internet] para buscar notícias, informação ou cultura, nós a usamos para SERMOS de fato a notícia, a informação, a cultura”.

A auto-inserção nos ambientes mediados é um dos aspectos que envolve o tipo de relacionamento desenvolvido em ambientes virtuais que entendemos como redes sociais. Todavia, como destaca Recuero (2009), o relacionamento entre os indivíduos baseado no que a autora chama de “capital social” passa por sistemas bem mais complexos, podendo

favorecer o interagente, mas ainda assim, possui bases amplamente solidificadas na idéia de coletividade.

Isto quer dizer que é possível o ator social utilizar a estrutura da rede para benefício próprio, mas a característica de ser um ambiente coletivo baseado na reciprocidade para a construção da confiança e da credibilidade é mantida. Neste sentido, para que um indivíduo se torne mercadoria aceitável e consumida na rede é necessário passar por um processo complexo de estruturação de uma reputação, esta, conseguida após um árduo trabalho, mas que pode ser facilmente perdida por apenas um *post* que de alguma maneira desagrade o público já consolidado.

1.2.2 O esfacelamento do velho modelo e as novas possibilidades de controle

Keen (2009), apesar de ser um empreendedor pioneiro da Internet, com vários artigos publicados em periódicos institucionalizados e tradicionais como a *Forbes*, *The Guardian*, *Independent* é também um severo crítico das novas tecnologias. O fato de considerar indispensável o discurso da autoridade do mediador, faz com que ele seja visto como um exemplo de representante do velho modelo de controle dos conteúdos disponibilizados aos indivíduos.

É válido ressaltar que tais mecanismos de controle se constituem de forma que nem sempre os absorvemos como instrumentos de cerceamento de liberdade. Denominado por Bauman (2001) de sinoptismo, esta seria uma etapa posterior ao panoptismo proposto por Foucault (2004), a partir de Bentham. O panoptismo se refere a um modelo de vigilância no qual os indivíduos sabem que estão sendo observados e quais pontos os observam.

O objetivo é retrair alguma conduta que não seja compatível com as normas do poder instituído, propiciando, assim, uma espécie de controle por meio da coação. O modelo panóptico trabalha com a idéia de que uma vez se sentindo vigiado, o indivíduo tende a moderar sua conduta possivelmente reprovável. O ideal é, portanto, manter o sentimento de vigilância, mesmo que não tenha necessariamente ninguém o observando, como uma espécie de modelo disciplinar extremamente rígido. Dessa forma, ele “não permitiria qualquer espaço privado; pelo menos nenhum espaço privado *opaco*, nenhum sem supervisão ou, pior ainda, não passível de supervisão” (BAUMAN, 1999, p.56).

Nas palavras de Foucault (2004, p.166), o efeito do panóptico é

induzir no detento um estado consciente e permanente de visibilidade que assegura o funcionamento automático do poder. Fazer com que a vigilância seja permanente em seus efeitos, mesmo se é descontínua em sua ação; que a perfeição do poder tenda a tornar inútil a atualidade de seu exercício; que esse aparelho arquitetural seja uma máquina de criar e sustentar uma relação de poder independente daquele que o exerce; enfim, que os detentos se encontrem presos numa situação de poder de que eles mesmos são os portadores.

O modelo panóptico, típico do controle cartesiano da Modernidade, não encontra espaço para exercer completamente a sua truculência na Pós-modernidade. Dessa maneira, torna-se necessário haver a possibilidade de a vigilância não ser mais somente imposta, mas também consentida. Por esta razão, muitas vezes não a assimilamos como instâncias de controle. É essa nova estrutura que Bauman (1999) denomina de sinóptico.

Para o autor, o sinoptismo está intimamente relacionado com a ascensão dos MCM, especialmente da televisão. No que se refere à rede mundial de computadores, no entanto, Bauman (1999, p. 60) é enfático: no sinóptico, “o ato de vigiar desprende os vigilantes de sua localidade, transporta-os pelo menos espiritualmente ao Ciberespaço [...]. O Panóptico *forçava* as pessoas à posição em que podiam ser vigiadas. O Sinóptico não precisa de coerção – ele seduz as pessoas à vigilância”.

Apesar de remeter a um discurso frankfurtiano já questionado por Silva (2006)²³, alguns aspectos da discussão merecem ser considerados. É fato que os indivíduos se inscrevem nas malhas do controle intencionalmente; não se importam mais com a vigilância, desde que tenham algum retorno, mesmo que este seja, a princípio, frívolo. Exemplos como o *Latitude* só reforçam o pensamento de Bauman (1999). O serviço, oferecido pela empresa *Google*, permite a identificação da localização do indivíduo por meio de informações enviadas pelo celular, *desktop* ou *laptop*. Ele já está disponível em pelo menos 27 países e o cadastramento é voluntário. Poucas semanas após o seu lançamento, o *Latitude* já contava com mais de um milhão de pessoas cadastradas (FRAGA, 2009a).

²³ Referimo-nos a passagens já citadas neste trabalho no tópico “a obra de arte e seu processo de regulamentação”, nas pp.23 e 24.

Apesar de o serviço permitir que o usuário modifique a sua localização real ou fique oculto por algum tempo, não há como negar o controle exercido pelos observadores. A questão foi abordada um mês depois do lançamento oficial em um dos *sites* institucionais da empresa, *Google Discovery*. Fraga (2009b) explicou que até então a *Google* ainda não havia definido a política de privacidade da ferramenta, mas que iria adotar medidas semelhantes a um serviço similar e concorrente, o *Loopt*.

O texto limita-se a dizer que o *Latitude* terá a “memória curta”. Fraga (2009b) destaca que “a intenção desta implementação está em evitar que o produto se torne um meio na qual a polícia e outras organizações queiram buscar por informações sobre a localização passada dos usuários” e complementa: “com a nova política, os dados só serão repassados em caso de mandato ou decisão judicial, visando proteger ao máximo a privacidade do usuário”.

Entre as motivações que levam os indivíduos a se cadastrarem voluntariamente em programas e serviços que contribuem para a construção de um novo tipo de controle, típico da Pós-modernidade, podemos destacar algumas. A primeira delas diz respeito à necessidade de estar inserido em uma nova estrutura social permeada por aparatos que fascinam pelas possibilidades que apresentam.

McLuhan (1964) recorre ao mito de Narciso para demonstrar de que maneira o homem é entorpecido pelos aparelhos capazes de, por um lado ampliar as possibilidades do corpo e, por outro, “amputar” funções deste mesmo corpo. Para o autor, “o que importa neste mito é o fato de que os homens logo se tornam fascinados por qualquer extensão de si mesmos em qualquer material que não seja o deles próprios” (McLUHAN, 1964, p. 59).

O título da quarta parte do livro traz uma expressão muito em voga em tempos de produtos e conteúdos digitais: “o amante de *gadgets*”. Estes acessórios, que possibilitam novos recursos e usos dos sentidos dos indivíduos, fascinam os usuários, gerando uma demanda que as empresas de tecnologia procuram cobrir a partir da oferta de novos produtos, investindo, assim, no desenvolvimento de equipamentos cada vez mais atraentes.

Por trás do apelo de venda de ser mais um recurso capaz de “facilitar” o cotidiano urbano, os *gadgets* compõem uma maneira de consumo que gera um *status* ao indivíduo no ambiente social. Ainda tomando como exemplo o *Latitude*, percebemos que ele é disponibilizado apenas para determinados tipos de *smartphones* e, neste sentido, o fato de permitir-se ser encontrado por meio do aparelho demonstraria o alto grau de inserção tecnológica que o usuário do serviço possui.

A possibilidade de diversão por meio de jogos também é um fator que está intimamente relacionado ao novo modelo de controle experimentado na Pós-modernidade. Santos e Ferreira (2008) explicam que, ao se submeter a determinadas regras dos chamados *games*, o indivíduo acaba por cumprir espontaneamente tarefas que trarão dados extremamente úteis para as empresas que criaram ou patrocinaram aquele produto.

Com um sistema chamado pelos autores de “estrutura de recompensa”, o capitalismo inaugura uma nova fase, pós-industrial, na qual os indivíduos trabalham “voluntariamente e inadvertidamente” para as empresas. Em um *game*, os internautas se relacionam com a linguagem e o conteúdo em um alto nível de envolvimento, de forma que os resultados gerados vão ser expressivamente superiores do que se lhes fossem solicitados os mesmos objetivos em caráter de trabalho.

Como reforça Deleuze (1992), não é apenas na ficção científica que existem mecanismos de controle capazes de dar, a cada instante, a posição de um objeto em um determinado ambiente, como um animal numa reserva ou homem numa empresa, apenas para citar alguns exemplos.

Nesse sentido, reforçamos que algumas ferramentas, serviços e/ou *softwares* disponibilizados de maneira gratuita na rede acabam por acarretar ônus ao usuário. Além da exposição ao controle de seus dados, o indivíduo não apenas se insere nos espaços de vigilância como também tem fornecido o material necessário para que tal vigilância seja eficaz.

Acompanhando o raciocínio de Santos e Ferreira (2008), somos convidados a nos questionar até onde vai a gratuidade de algumas atividades e/ou materiais disponibilizados na rede, já que, a partir de nosso “voluntarismo”, empresas são capazes de obter resultados bem mais precisos do que se fossem realizadas pesquisas com o seu perfil de consumidores, por exemplo. Isto significa que além de conseguir catalogar padrões de comportamento, é possível também conhecer o “indivíduo”²⁴ e suas particularidades, de forma a adequar a linguagem, os produtos e os serviços àquele usuário específico.

²⁴ O termo “indivíduo” aparece, no caso, entre aspas porque naturalmente não se trata do indivíduo em si, mas dos aspectos relevantes a um dado mercado, como bem reforçou Laymert Garcia dos Santos (2009) em palestra ministrada no I Seminário Cidadania e Redes Digitais, no dia 5 de novembro de 2009.

1.3 A CÓPIA E A AURA DA ARTE: UM DISCURSO FRANKFURTIANO

Cunhada por Adorno e Horkheimer, a expressão Indústria Cultural (IC) compreendia o fenômeno como “a produção industrial dos bens culturais como movimento global de produção de cultura como mercadoria”, no qual a criação apresentaria a “mesma racionalidade técnica, o mesmo esquema de organização e de planejamento administrativo que a fabricação de automóveis em série ou os projetos de urbanismo” (MATTELART, 2000, p.77). Verifica-se, neste momento, uma aproximação entre o que entendemos por produtos culturais e materiais, de forma que a proteção jurídica de ambos acabou sendo similar e, por isso, passível de críticas, já que não há nenhum respeito por suas naturezas distintas.

Outro conceito desenvolvido pelos estudos frankfurtianos refere-se à noção de arte aurática, especialmente elaborado por Benjamin (1990), que vai tratar não apenas da possibilidade de reprodução de obras surgidas dentro desse processo de serialização, mas também da copiagem de obras que antecedem essas técnicas. Para o autor, a cópia da arte resulta em uma perda essencial desta, que não pode ser mais comparada à original. Por mais que, aparentemente, seu conteúdo se faça presente, copiar uma obra significaria a perda de sua aura, de sua autenticidade, não sendo, portanto, para o espectador, uma experiência completa a sua apreciação.

Para compreender o posicionamento do pensador frankfurtiano é necessário recorrer ao recorte histórico em que sua teoria foi desenvolvida. Observa-se que, àquela época, consumir uma obra estava relacionado não apenas ao ato em si, mas a um envolvimento social. Contemplar o concerto de uma orquestra ou uma peça de teatro era uma experiência coletiva e só por meio dela era possível o acesso.

Fazia parte do contexto, então, arrumar-se adequadamente ao ambiente, encontrar-se com pessoas conhecidas, conversar sobre o evento, enfim, as relações sociais da compreendida vida cotidiana. Neste sentido, transmitir um espetáculo teatral por meio da radiodifusão ou do cinema e ouvir a execução do trabalho de uma orquestra em um espaço individual são experiências que, segundo Benjamin (1990), deslocam o original de sua função, distanciando, portanto, a cópia do original.

O autor também reforça a idéia de que a reprodutibilidade por meio de aparatos tecnológicos cria um produto que, a rigor, seria independente do original, na medida em que é capaz de reorganizar o conteúdo de forma que não é possível sem eles. Benjamin (1990) cita

como exemplo a fotografia, capaz de destacar elementos que não são visíveis sem o uso de determinadas lentes ou filtros, o que traria um distanciamento da reprodução diante do próprio objeto fotografado.

Atualmente os processos de gravação convivem plenamente com boa parte das produções artísticas, possibilitando uma democratização da apreciação do conteúdo cultural. Tal democratização também foi detectada pelos membros da Escola de Frankfurt que a trabalharam sob o conceito de “politização da arte”. Isto significa que apesar de um cidadão não poder ir até um museu contemplar um autêntico Matisse, é possível conhecer sua obra através das réplicas.

Para os frankfurtianos, a reprodutibilidade apresenta então duas faces: tanto dessacraliza a obra como difunde sua cópia. Isto faz com que um maior número de indivíduos tome conhecimento do produto, contudo, o fato deste estar despido de sua aura traria uma perda para o apreciador, pois o objeto de arte copiado não apresentaria o seu sentido completo.

Em relação à distribuição da produção cultural de nosso século, em alguns casos o conceito de arte aurática se perde, pois a cópia é o único produto pelo qual o indivíduo terá acesso a algumas obras. A incorporação da reprodutibilidade nos processos criativos é a maneira possível de existência de manifestações culturais, de forma que não há uma relação conflituosa entre a obra e a cópia. A sétima arte é um exemplo de que não há produto sem a cópia e a gravação.

No final do século XX, entretanto, o processo de copiagem estabelece uma tensão não mais com a obra, mas com a indústria de intermediação entre os produtos culturais e os indivíduos. Isto se dá no momento em que gravar, copiar e distribuir saem da esfera das grandes empresas e se tornam possibilidades para o indivíduo comum em escalas capazes de incomodar os lucros da indústria da cultura.

É importante ressaltar que a cópia não autorizada hoje caracterizada como pirataria sempre esteve presente nas relações entre o homem e os produtos culturais desde que os suportes tecnológicos que permitiam a reprodução passaram a não ser mais exclusividade da grande indústria. O que se destaca no final da década de 1990 é o número de cópias possíveis de se fazer em um computador pessoal e a ampliação da lógica de criminalização da conduta, em um claro ato de conter processos naturais de troca entre os indivíduos em favor dos interesses econômicos de indústrias que exploram a posse de bens culturais.

Benjamin (1990, p.210) destaca que “em todas as épocas discípulos copiaram obras de arte a título de exercício; mestres as reproduziram para assegurar-lhes difusão; falsários as imitaram para assim obter um ganho material”. O autor reforça que a novidade consiste não na cópia em si, mas na técnica que assegura e aperfeiçoa a reprodutibilidade, apresentando a solução para anseios que já existiam, além de, obviamente, criar novos usos.

No período das discussões frankfurtianas houve uma modificação nos processos de elaboração dos produtos culturais a partir das necessidades dos indivíduos. Na atual sociedade, há um movimento similar, todavia, dessa vez é possível um novo comportamento através de ambientes como a Internet, onde o próprio interagente opta pelo papel que irá ocupar.

PARTE II

2 OS MEIOS DE COMUNICAÇÃO DA SOCIEDADE

2.1 UM BREVE PERCURSO DA MÍDIA: DA ORALIDADE AO HIPERTEXTO

Moldadas a partir de contextos sociais distintos, cada mídia trouxe consigo não apenas uma nova técnica, mas uma nova forma de comunicação e, conseqüentemente de diversos comportamentos, o que torna possível afirmar a existência de distintas culturas para as variadas mídias. A partir deste raciocínio, Santaella (2003a) desenvolveu o estudo das mídias a partir de suas culturas e é diante do reconhecimento de cada uma delas que chegamos até as questões que envolvem a Cibercultura. Neste sentido, é necessário analisarmos a dimensão do conceito de cultura para que, assim, possamos aplicá-lo às questões relativas aos meios de comunicação.

A necessidade de compreender a estrutura organizacional das sociedades que a Europa confrontou com o desbravamento do Novo Mundo foi um dos fatores que contribuíram de maneira decisiva para estudos mais intensos sobre a cultura. Exatamente por esta razão, é possível observar que as primeiras concepções subjugarão as demais culturas à maneira européia. Tal comportamento é resultado de uma posição de domínio na conjuntura mundial da época, exercida através do comércio e da colonização de outros povos. Estes, quando “descobertos”, tinham suas estruturas analisadas sob o ponto de vista do conquistador.

As análises para a compreensão das “novas culturas” confrontadas como o velho continente até o século XIX são baseadas em conceitos que deram suporte para o desenvolvimento de teorias como o Evolucionismo e o Positivismo – esta última, uma corrente filosófica que aproxima a observação das ciências humanas às ciências exatas. A crença de que condições como o clima e localização geográfica, por exemplo, eram fatores a serem considerados para avaliar uma dada cultura era tão absurdo quanto hoje se pode supor o determinismo tecnológico, no qual o homem seria moldado pela técnica e tecnologia e não o contrário.

O primeiro conceito de cultura com bases evolucionistas foi cunhado em 1871, por Edward B. Tylor, definindo-a como “o complexo unitário que inclui o conhecimento, a

crença, a arte, a moral, as leis e todas as outras capacidades e hábitos adquiridos pelo homem como membro da sociedade” (GONÇALVES, 1998, p.2).

A idéia era que os conhecimentos passariam por um processo evolutivo, melhorando e sendo aprimorados através de técnicas e tecnologias cada vez mais avançadas. Contudo, essa concepção de caráter descritivo, como recorda a autora, é mais tarde acompanhada pela percepção simbólica da cultura que vai preocupar-se com a compreensão dos símbolos que cada sociedade desenvolve e utiliza para se expressar.

A Alemanha mostra-se como pioneira no processo de sistematização dos conceitos sobre cultura. O país germânico deu sua contribuição a partir do final do século XVIII, devido à fragmentação política que vivia. Como recorda Santos (1994, p.26), neste período “a discussão sobre cultura [...] procurava expressar uma unidade viva daquela nação não unificada politicamente”.

Em contrapartida, o Iluminismo ascendia em toda a Europa com um discurso voltado à modernidade e à razão. Estes dois elementos acabavam por negar o conhecimento das camadas populares e das organizações sociais vinculadas às crenças místicas e de tradição oral. As crenças e mitos sociais e religiosos, antes transmitidos por gerações apenas por meio da oralidade começam a ser considerados bárbaros e primitivos. É o fim da hegemonia da cultura oral.

Destacamos que ao afirmar o encerramento de uma hegemonia não estamos eliminando a sua existência, mas reconhecemos que boa parte das suas dinâmicas e crenças acaba se perdendo e não fazendo mais o mesmo sentido de outrora. Se na tradição oral as narrativas eram coletivas e atribuídas aos antepassados ou a uma divindade, a ciência, a escrita e a racionalidade modernas geram uma crise no que foi a principal forma de adquirir conhecimento por séculos.

Herder foi um dos defensores de que o conhecimento não é conduzido e adquirido apenas por meio da ciência, mas também pela experiência (empirismo) e, por esta razão, “se contrapôs ao universalismo externo do Iluminismo e defendeu a necessidade de se falar em culturas e não mais em cultura” (DIDIER, 2000, p.23). A cultura, assim, pôde ser compreendida como “tudo aquilo que caracteriza a existência social de um povo ou nação, ou então de grupos no interior de uma sociedade [...] preocupando-se com a totalidade dessas características, digam elas respeito às maneiras de conceber e organizar a vida social ou a seus aspectos materiais” (SANTOS, 1994, p.24). Contudo, diferente da idéia evolucionista, não

havia mais a necessidade de contrapor diferentes culturas no sentido de sobrepor umas às outras.

Apesar de o conceito de cultura ter sido forjado no sentido de dar conta de uma determinada área territorial, observa-se que a análise vai além e nos traz outra dimensão: “nossa sociedade é policultural: há a cultura das humanidades, nutriz da cultura ilustrada, a cultura nacional, que alimenta e exalta a identificação com a nação, as culturas religiosas, as culturas políticas, a cultura de massas.” (MORIN, 1999, p.79).

Melo (1998, p. 186) entende o conceito desenvolvido por Morin como o resultado de “um sistema de influências recíprocas que corresponde à própria mobilidade dos indivíduos dentro dos estados sociais e que marca o dinamismo das sociedades modernas”. Nas sociedades pós-modernas e em território fluido como a Internet, é possível observarmos a radicalização da mobilidade dos indivíduos por entre distintas culturas abarcadas por uma maior: a Cibercultura.

As idéias de Herder sobre o conhecimento intuitivo em contraposição aquele forjado pela e para as elites dizem respeito aos dois tipos de cultura que delinearam a sociedade ocidental até o século XIX: a erudita e a popular. O advento da cultura de massa, a partir das possibilidades técnicas (jornal, foto, cinema, rádio) provocou o embaçamento entre estas duas categorias. Conforme relata Santaella (2003a, p.52) “ao absorver e digerir, dentro de si, essas duas formas de culturas, a cultura de massa tende a dissolver a polaridade entre o popular e o erudito, anulando suas fronteiras”.

A cultura de massa não diferencia o letrado do iletrado, o erudito do popular, o artesanal do industrial: mescla todas essas possibilidades estéticas de criação e desenvolve um conteúdo facilmente assimilado pelo gosto médio. Santaella (2003a) explica que seguindo a cultura de massa surge o que ela tentou definir como “cultura das mídias”. A expressão tem sido utilizada como uma forma generalizada de tratar os diferentes tipos de cultura advindos de cada mídia, mas para a autora, a expressão vai além:

Contrariamente a esta [cultura de massas] que é essencialmente produzida por poucos e consumida por uma massa que não tem poder para interferir nos produtos simbólicos que consome, a cultura das mídias inaugurava uma dinâmica que, tecendo-se e se alastrando nas relações das mídias entre si, começava a possibilitar aos seus consumidores a escolha entre produtos simbólicos alternativos (SANTAELLA, 2003a, p.52).

A autora explica que uma das características mais evidentes da chamada cultura das mídias diz respeito ao aspecto produtivo que estabelece uma relação de rede entre diferentes meios – jornal, revista, TV, rádio, cinema – onde os mesmos conteúdos circulam considerando as especificidades de cada mídia. Neste sentido, nenhuma destas culturas teve o seu fim decretado com o advento de novos instrumentos, assim como as culturas popular e erudita continuam existindo. O que se verifica é uma reordenação dos seus espaços e conteúdos no sentido de se ajustarem umas às outras para um modelo de convivência.

Santaella (2003a) trabalha sob a perspectiva de seis eras culturais: oral, escrita, impressa, de massas, das mídias e digital. Tratamos até então das características de cada uma delas até finalmente chegarmos à cultura digital, cerne do nosso objeto de estudo. Insistimos em explicar que esta divisão em eras não diz respeito à “passagem de um estado de coisas a outro, mas muito mais de complexificação, do imbricamento de uma cultura na outra” (SANTAELLA, 2003a, p.78). Tal complexificação esbarra em alguns ajustes necessários e, neste sentido, entendemos que a revisão dos direitos autorais é essencial.

Reforçamos, no entanto, que neste trabalho não temos feito a diferenciação entre a cultura impressa e a de massa por acreditar que o impresso inaugura os conteúdos massivos. É no seio da cultura das mídias, no entanto, que surge o que Santaella (2003a) propõe como cultura do transitório, na qual instrumentos técnicos possibilitaram uma preparação do indivíduo para a autonomia que a cultura digital ou Cibercultura vem proporcionando aos interagentes.

2.1.1 O produto cultural e a individualização do consumo

Da cultura de massa à atual cultura das redes, Santaella (2003a) postula haver um processo transitório importante para esclarecer o comportamento de consumo de produtos culturais, capaz de fazer emergir esse novo universo de cópias não-autorizadas compreendido como pirataria. A autora explica que entre a cultura massiva e a digital, houve o surgimento de aparelhos responsáveis por disponibilizar uma cultura do transitório. Esta seria caracterizada por alguns instrumentos técnicos e estruturais como, por exemplo, as fotocopiadoras, as fitas de vídeo e cassete graváveis, o espaço das videolocadoras ou a própria TV a cabo, entre outros.

É um equívoco imaginar que no tempo das mídias de função massiva a individualidade não era uma alternativa para o próprio indivíduo, sendo, assim, um processo natural a necessidade de ser particularizado na massa. Conforme nos explica Martino (2007, p. 12), “mesmo o procedimento de um trabalho repetitivo, amparado por uma produção em larga escala em constante demanda de mais elementos em menos tempo, não é o suficiente para sufocar as manifestações da consciência individual em relação ao seu objeto”.

A cultura do transitório foi permitindo, cada vez mais, a individualização do consumo de produtos culturais e hoje assistimos apenas a um crescimento dessa necessidade de particularizar a informação em um fluxo de leitura próprio. Com a massificação da prensa o livro possibilitou um rompimento: agora era possível ter autonomia para usufruir do conhecimento na hora escolhida.

Devemos considerar que cada meio de comunicação alterou de forma definitiva o indivíduo e sua maneira de relacionar-se com o outro e o mundo, e estabeleceu condições distintas para as sociedades. Como observa McLuhan (1964, p. 63):

O efeito do rádio sobre o homem letrado ou visual foi o de reavivar suas memórias tribais, e o efeito do som acrescido ao cinema foi o de reduzir o papel da mímica, do tato e da cinestesia. Igualmente, quando o homem nômade se voltou para os meios sedentários e especializados, os sentidos também se especializaram. O desenvolvimento da escrita e da organização visual da vida possibilitou a descoberta do individualismo, da introspecção e assim por diante.

O surgimento do rádio e, mais tarde da televisão, recriou novos espaços. Não era mais necessário sair de casa, mas ainda estávamos presos à programação dos meios, até o advento de instrumentos que nos permitissem à cópia, como o vídeo e a fita cassete, por exemplo. O que surge com a Internet é a radicalização dessa autonomia: o consumidor não quer mais sequer estar preso ao consumo de um CD inteiro de músicas se a ele interessam apenas duas ou três faixas do álbum.

Todas as etapas de individualização do consumo tiveram as técnicas de copiagem como suporte. Da prensa à estrutura em rede, o ser humano vem particularizando diversos comportamentos, capazes de interferir na noção de território e temporalidade que não são mais conceitos que se referem apenas à coletividade. Em outras palavras, “cada etapa desse

progresso (progresso da cópia e do desligamento) reforça nossa autonomia em face do espaço-tempo dos outros” (BOUGNOUX, 1994, p.104).

O autor se refere à revolução que foi a escrita na sociedade ocidental. Contudo, o seu pensamento pode ser facilmente utilizado no caso dessa nova cultura das redes, como um novo estágio de fluxo de leitura próprio, onde a cópia nos desliga do consumo tradicional/formal do produto e nos re-liga ao consumo da própria cópia.

Não precisamos mais de papel para ler um livro ou de CDs ou DVDs para ouvir músicas ou assistir filmes. A informação agora é lida em bits e compartilhada entre os indivíduos da mesma forma devido à imaterialidade das obras culturais. Como afirma Silveira (2009b), “o digital liberou a música do vinil, o texto do papel e a imagem da película. Lá, elas podem ser recombinaadas de várias formas e multiplicadas ao extremo, sem os limites físicos do suporte, que são escassos e se desgastam”.

A linguagem digital conecta os aparelhos tecnológicos e, sobretudo, através deles pessoas se interligam em espaços e tempos distintos em um processo fluido de desterritorialização e reterritorialização. A reprodução de produtos culturais, portanto, vai além do computador, se mantém na Internet e amplia suas possibilidades com dispositivos que interconectam aparelhos como, entre outros, os sistemas *wireless* ou *bluetooth*. Atualmente, a tecnologia é pensada de forma que facilite os processos de trocas de conteúdo do qual a produção cultural faz parte.

Assim como Santaella (2003a) reforça a existência de uma cultura do transitório que passou por um processo evolutivo que permite, hoje, a presença de tecnologias de reprodução acompanhando os meios de comunicação como no caso da Internet, Ortellado (2002) também reforça esse processo de construção da individualização do consumo:

Quando aparelhos de reprodução se popularizaram (o mimeógrafo, a fita cassete, a copiadora e em seguida a reprodução digital, por computador), as pessoas automaticamente começaram a reproduzir livros, canções, fotos e vídeos, para si e para seus amigos, sem pagar os devidos direitos, assim como, antes, já encenavam peças nas escolas, e nos bairros e cantavam e tocavam canções para os amigos e para a comunidade também sem pagar os direitos.

Este fenômeno destacado por Ortellado (2002) remete-nos a duas discussões. A primeira delas diz respeito à autonomia do leitor frente ao conteúdo, modificando, inclusive as

estruturas sociais. Se recordarmos do período da oralidade, observaremos que era necessário estar presente no local e hora exatos em que a mensagem seria proferida, junto aos demais membros da comunidade em um processo de transmissão a princípio “um-todos”, se fizermos referência a Lévy (1999), mas que podia logo sair dessa condição para o “um-um” ou “todos-todos”, em uma demonstração clara da fluidez dos processos comunicacionais. Dessa maneira, compreendemos, assim como Nepomuceno (2009) que todos estes processos de comunicação destacados por Lévy (1999) existiam anteriormente à estrutura da Internet, entretanto, apenas com ela vimos a potencialização da última possibilidade, de muitos indivíduos enviarem mensagens para muitos outros.

O outro aspecto de discussão a partir de Ortellado (2002) refere-se ao papel da indústria na disponibilização dessas tecnologias. Em outras palavras, faz-se necessário compreender que as possibilidades de reprodutibilidade são desenvolvidas pelo próprio mercado que enseja limitar o uso de tal reprodução. Bauman (2003) utiliza o mito do suplício de Tântalo para explicar uma noção de felicidade experimentada com a inocência, mas é possível adaptá-lo ao nosso estudo.

Tântalo, filho de Zeus e Plutó, gozava de um bom relacionamento no Olimpo, porém cometeu um crime que varia segundo os narradores da história. O consenso é que “Tântalo foi culpado de adquirir e compartilhar um conhecimento a que nem ele nem os mortais como ele deveriam ter acesso” (BAUMAN, 2003, p. 13). O motivo da negação do acesso, obviamente, nem sempre é explicado com clareza. Geralmente, trata-se de uma noção de controle e hierarquia já enraizados nos mitos que narram a relação entre os deuses e os homens.

Por tal ato, Tântalo foi condenado a passar o resto de seus dias mergulhado até o pescoço em um rio. Quando abaixava a cabeça para matar a sede o rio se afastava e, da mesma forma havia sobre sua cabeça um ramo de frutas e, ao tentar pegá-lo, este também escapava de suas mãos.

Gostaríamos de enfatizar que as narrativas míticas e bíblicas possuem um caráter de punição a quem dissemina um conhecimento que está bem próximo, mas por alguma razão, não deve ser difundido. A lição de Tântalo se repete na gênese de Adão e Eva e também no mito de Prometeu, acorrentado por compartilhar a habilidade de fazer fogo com os homens.

No nosso caso, queremos destacar que, tanto nos mitos como no novo ambiente midiático, o conteúdo está ao nosso alcance, pois temos as ferramentas necessárias para adquiri-los. Entretanto, há mecanismos utilizados pela indústria (muitas vezes sequer compreendemos o seu funcionamento) limitando a prática do compartilhamento por meio da cópia ou simplesmente da disponibilização.

2.2 CIBERESPAÇO: O AMBIENTE DA CIBERCULTURA

Em 1984, um romance de ficção científica apresentava um ambiente em que os indivíduos estariam conectados às máquinas, por meio de fios, capazes de transportar-se a um mundo de bits e troca de dados em fibra ótica. Estamos falando da noção de Ciberespaço, termo utilizado pela primeira vez em *Neuromancer*, de William Gibson. Também neste romance, expressões que ficaram populares no final da década de 1990, como *matrix*, por exemplo, já aparecem como parte de uma dinâmica de dimensões tecnológicas.

Baseado na cultura *hacker*, o romance narra a história de Case, um *ex-cowboy* (ou *hacker*) que teve suas conexões cortadas com o Ciberespaço, tornando-se um exilado transitando por becos e bares de megacidades como a *Sprawl*, surgidas pela junção de terrenos urbanos antes distintos uns dos outros. Na ficção, o cenário é apocalíptico e próximo à decadência urbana do filme *Blade Runner* (1982), onde modificações genéticas, próteses e drogas sintéticas são comuns no cotidiano de cidades que se assemelham a imensos guetos.

Em *Neuromancer*, o Ciberespaço, sinônimo de *matrix*, é acessado por consoles e também teve influência militar em sua elaboração: “a matrix tem suas raízes em games de fliperama primitivos [...] nos primeiros programas gráficos e experiências militares com plugues cranianos” (GIBSON, 2008, p.69). A definição de Ciberespaço aparece logo em seguida, ornada de termos que mais se relacionam a aspectos subjetivos do que técnicos:

Ciberespaço. Uma alucinação consensual vivenciada diariamente por bilhões de operadores autorizados, em todas as nações, por crianças que estão aprendendo conceitos matemáticos... uma representação gráfica de dados abstraídos dos bancos de todos os computadores do sistema humano. Uma complexidade impensável (GIBSON, 2008, p.69).

Afora a categorização de “alucinação”, é claramente viável afirmar a semelhança conceitual do Ciberespaço de Gibson (2008) com o que vivenciamos atualmente. Optamos por utilizar a expressão “Ciberespaço” já no título do trabalho devido à clara associação entre a pirataria e o Ciberespaço advirem da mesma cultura: a cultura *hacker*, amplamente trabalhada na literatura *cyberpunk*²⁵. Este gênero, no entanto, trata do lado *underground* vinculado aos sistemas digitais e prevê o domínio e a vigilância das máquinas em uma época na qual o poder está concentrado em gigantes conglomerados de multinacionais. Apesar de distinguir-se completamente da cultura forjada por universitários do Vale do Silício, o gênero de ficção científica faz parte da literatura obrigatória daquela juventude.

O que nos interessa é que o Ciberespaço propiciou a formação de uma cultura que, iniciou com os *hackers*, mas atualmente é parte do cotidiano urbano. Lévy (1999, p.92) define que o Ciberespaço é “o espaço de comunicação aberto pela interconexão mundial dos computadores e das memórias dos computadores”. Para o autor, a codificação digital é a chave deste ambiente “pois ela condiciona o caráter plástico, fluido, calculável com precisão e tratável em tempo real, hipertextual, interativo e, resumindo, virtual da informação que é, parece-me, a marca distintiva do Ciberespaço” (Idem).

Lévy (1999) é um otimista e entusiasta do Ciberespaço. Para o autor, através deste ambiente, é possível a formação de uma inteligência coletiva na qual todos os indivíduos estariam conectados, compartilhando conhecimento e elaborando conteúdos de maneira coletiva. Baudrillard (1997), entretanto, traz uma visão mais pessimista em relação às mesmas questões. Para ele o Ciberespaço virtualizou todas as relações que não passam de simulações, não interações de fato.

É como se não nos déssemos conta da condição simulada de nossa vivência, e o que é pior: acabamos optando por isso. Como explica Barbrook (2009, p. 38), “Jean Baudrillard denunciava a nova forma de dominação imposta pelo poder hipnótico da fantasia audiovisual sobre a imaginação pública”.

Em entrevista à revista *Época*, Baudrillard declarou que apesar das referências da trilogia *Matrix* (1999) às suas obras, em especial *Simulacros e Simulação* (1981), sua idéia de simulacro e virtualização das relações diz mais respeito a filmes como *O Show de Truman* (1998). Tanto em sua obra como neste último filme, o simulacro não é facilmente detectável

²⁵ O termo trata de um subgênero da ficção científica e é definido por Gibson (2008) como referente ao indivíduo que utiliza seu conhecimento acima da média no Ciberespaço para protestar nas plataformas tecnológicas, como uma espécie de pichador virtual.

por haver uma proximidade entre este e o real. Trata-se de um ambiente fantasioso que propicia simulações de relações próximas à realidade, contudo, ainda assim não passariam de simulação.

Neste trabalho, preferimos tratar dos conceitos e noções de Ciberespaço e virtualização propostos por Lévy (1999), não por seu otimismo – já que contrapomos suas idéias com teóricos não tão otimistas como Wolton (2004), Keen (2009), Sodré (2002) ou Bauman (2008) –, mas por pensar o Ciberespaço como um ambiente que potencialmente viabiliza a construção e elaboração de um novo sentido para questões como coletividade e, naturalmente, produção cultural, compartilhamento e pirataria, sendo esta última considerada uma prática criminosa quando convém à indústria.

Wolton (2004, p.243) credita a existência de determinados crimes na Internet ao fato de não estar muito claro aos internautas o conceito de liberdade:

A liberdade, o imaginário, "o fora da lei", mais do que o "sem lei", com uma mistura de transparência e de novidade, imperam neste Far West da comunicação. É por isso, por exemplo, que a batalha essencial da desregulamentação não é encarada como um desafio político fundamental, como foi para a geração precedente, o Terceiro Mundo, por exemplo, pois a desregulamentação é sentida, a priori, como uma mudança em sincronia com outras: é preciso que tudo circule. É preciso que haja mais "liberdades". É assim que qualquer vontade de regulamentação da Net para limitar os tráficos, as máfias, a pornografia, o tráfico de medicamentos, é amplamente entendida como uma censura à liberdade.

Concordamos em partes com o discurso de Wolton (2004) por reconhecermos a necessidade de se pensar em uma regulação ou regulamentação para os casos de crimes que já existiam anteriores à Internet ou até mesmo outros que surgem pelas características do meio. Mas compreendemos também que o roubo de uma senha de banco, por exemplo, já era crime antes do advento da rede, assim como máfias ou tráfico de medicamentos. Entretanto, trocar um filme ou uma música com um amigo só foi considerado crime a partir da Internet.

A discussão ainda se agrava na medida em que a falsificação de medicamentos e o *download* de um *game* feito por um adolescente em sua casa, por exemplo, acabam sendo taxados sob o mesmo rótulo da pirataria e punidos da mesma maneira perante a Lei (CABRAL, 2008). O que precisamos pensar dentro das estruturas de liberdade refere-se essencialmente aos hábitos comuns à navegação no Ciberespaço serem criminalizados por

meio dos interesses mais relativos às perdas financeiras da indústria do que o favorecimento da coletividade.

Reforçamos que apesar de ser comumente associado estritamente à Internet e o seu uso por meio de computadores, o Ciberespaço extrapola tais limites. Como explicam Duarte e De Marchi (2006, p. 148), assim como a eletricidade modificou os espaços das cidades, dando visibilidade aos componentes urbanos, “o desenvolvimento da tecnologia da informação expandiu e alterou a noção de espaço, como criou tempos simultâneos em espaços distintos”; tais mudanças refletem até na arquitetura urbana que, enquanto “linguagem visual da cidade se deparou frente a um novo estágio enquanto signo de seu tempo”.

Além da arquitetura, outros elementos tecnológicos auxiliam a modificação do espaço urbano, fazendo com que as cidades integrem o Ciberespaço. *Lan houses* ocupando as esquinas, filas formadas em caixas eletrônicos para pagamentos automáticos, o fechamento de videolocadoras ou transeuntes pagando a passagem nos transportes públicos com cartões eletrônicos, ao passo que circulam com *iPods* se “protegendo”²⁶ do contato com o espaço pelo qual circula, tudo isso revela uma nova paisagem onde o Ciberespaço se estende para além da Internet e propicia a formação de uma Cibercultura.

Neuromancer é permeado de passagens que cabem perfeitamente nos aspectos que estamos tratando da pirataria. Em um dado momento, encontramos na narrativa a afirmação de que as tecnologias em ascensão exigem zonas fora-da-lei (GIBSON, 2008). Trazendo a idéia à pirataria, não é difícil fazer associações. As tecnologias que propiciaram o compartilhamento não autorizado vieram de zonas nas quais as leis não parecem ter força ou presença. Por outro lado, o desdobramento destas tecnologias, como os suportes para a cópia, gravação, edição, são apropriados pela indústria que acaba por facilitar-nos as práticas a princípio, foras-da-lei.

Insistimos que o sistema que gera a necessidade no indivíduo de possuir determinados bens de consumo é o mesmo que pretende inibir a compra de produtos piratas. Uma idéia inicialmente lógica, se considerarmos que o objetivo do mercado não é o acesso à obra ou o consumo desta, senão a compra com a clara intenção de obter lucro. Todavia, basta citar o caso da *Sony* para compreender que o funcionamento mercadológico, sob o ponto de vista da produção cultural, não é tão simples assim.

²⁶ Fazemos referência à noção de *bunker glocal* desenvolvida por Trivinho. Para buscar sobre o tema, recomenda-se a leitura de “*Bunker glocal: configuração majoritária sutil do imaginário mediático contemporâneo e militarização imperceptível da vida cotidiana*”, disponível em <http://revcom.portcom.intercom.org.br/index.php/comunicacaomidiaconsumo/article/viewFile/4960/4596>

Ortellado (2002) destaca que apesar de indústria e governo não terem “conseguido coibir de forma eficiente o uso privado e comunitário das obras sem o pagamento dos direitos autorais correspondentes, eles fizeram o possível e o impossível para obstruir a difusão de tecnologias de reprodução doméstica”. Neste caso, estamos tratando não apenas da reprodução digital, mas de todos os instrumentos que antecederam e tornaram possível a cultura da reprodução caseira de produtos culturais.

O autor observa que quando, ainda em 1976, a *Sony* lançou o videocassete no formato *betamax*, a indústria de entretenimento, representada pela *Universal Studios* e *Walt Disney*, entrou com um processo judicial contra a empresa japonesa, acusando-a de estar incitando a quebra do direito autoral. Foram necessários oito anos para a justiça norte-americana decidir em favor da *betamax* (ORTELLADO, 2002).

O que foi considerado muito tempo para se chegar a uma resolução óbvia, pode parecer um curto prazo, se considerarmos o caso do brasileiro Andreias Pavel contra a própria *Sony*. Apenas depois de quase trinta anos, o alemão radicado no Brasil conseguiu uma resposta da justiça sobre a sua invenção, o *walkman*²⁷, comercializada e produzida em larga escala pela empresa nipônica, com uma estimativa de vendas de 200 milhões de unidades. Mesmo após ter patenteado o produto em países como Alemanha, Inglaterra, Itália e Estados Unidos, a *Sony* não reconheceu a autoria do brasileiro sobre sua invenção. Pavel ganhou o direito de receber uma indenização, somente em 2004, após vinte e sete anos de batalhas judiciais (SILVEIRA, 2004).

Destacamos que a empresa japonesa participa ativamente da produção de aparelhos capazes de inserir o consumo de cópias piratas no cotidiano dos indivíduos e também é um dos conglomerados da indústria do entretenimento que procura inibir a veiculação não autorizada de obras que são de propriedade de sua marca. No caso do *walkman* a seleção pessoal de músicas era gravada na fita que acompanhava o usuário nas caminhadas ou na ida para a escola ou trabalho, assim como os atuais aparelhos de *mp3 player*. Além da marca *walkman* e da fita *betamax*, a *Sony* fez parte do conglomerado de empresas que desenvolveu os formatos DVD e, mais tarde, o *blu-ray*.

Este último prometia ser um formato mais seguro contra cópias, em um claro estímulo a substituir o DVD, dada sua ampla facilidade de copiagem doméstica. Depois de discussão coberta pela imprensa especializada sob qual o formato seria mais adequado para

²⁷ A marca *walkman* fora registrada pela *Sony*. Pavel nominou a sua invenção de *Stereobelt*.

substituir o DVD, se o *blu-ray* ou o HD-DVD da Philips, a *Sony* saiu vitoriosa. Hoje, encontra-se disponível nas lojas de eletrônicos o gravador de *blu-ray* da marca *Sony*. No que se refere à acessibilidade dos preços, estes diminuem exponencialmente.

Observa-se que a multinacional japonesa possui uma marca atrelada à tecnologia e desenvolvimento de *hardwares*. Saem de fábrica *laptops* com capacidades de armazenamento e processamento cada vez maiores e equipados com gravadores e leitores de CDs e DVDs. Aparentemente do outro lado da cadeia produtiva, encontra-se a indústria do entretenimento que parece sofrer com o desenvolvimento e utilização de equipamentos de reprodução caseiros. Contudo, também a reboque da indústria do entretenimento encontra-se a *Sony*, desenvolvendo trabalhos na produção de filmes, séries e músicas que, por força de lei, não podem ser copiados pelos mesmos aparelhos que saem das fábricas – da *Sony* – todos os dias.

É possível perceber que não se trata de uma relação tão simples entre um lado da indústria que desenvolve produtos culturais e outro que sumariamente possibilita que seja feita a reprodução de tais produtos, ainda que de forma não autorizada. Estamos diante de um sistema de estruturas bem mais complexas que, em alguns momentos do jogo mercadológico, parece entrar em contradição com a sua própria lógica. Aqui citamos Gibson (2008, p.24) quando, em seu romance, o narrador afirma que “o negócio de um intermediário é se tornar um mal necessário”.

2.2.1 Cibercultura: o comportamento de um “gigante descentralizado”

Com a Internet há o rompimento do padrão “universal totalizante” que, de acordo com Lévy (1999) fora iniciado pela escrita. O autor cunhou tal expressão para explicar que foi a partir da grafia que se tornou possível um sistema de signos possível de ser interpretado fora de seu contexto e tempo originais e ainda assim manter um sentido universal, capaz de ser compreendido em outras culturas e ocasiões. Exatamente por esta característica universal, aquilo que é escrito teria a pretensão de ser um discurso único, totalizante sobre o assunto que trata, encerrando qualquer possibilidade de novos sentidos.

Dando continuidade ao seu raciocínio, Lévy (1999, 115) observa a extensão que atingem os discursos religiosos a partir do momento em que são fundamentados na escrita, se comparados àqueles de tradição exclusivamente oral: “se desejo converter-me ao islamismo,

posso fazê-lo em Paris, Nova York ou Meca. Mas se quero praticar a religião bororo [...] minha única opção seria ir viver com os bororos”. O autor destaca que isto não quer dizer que os ritos e mitos de uma religião oral não são capazes de assumir valores universais, apenas que o seu objetivo é estar inserido em seu próprio contexto, sem a pretensão de ser totalitário ou universalizante; apenas uma voz na pluralidade de vozes que cerca as crenças religiosas.

O objetivo não é omitir o caráter polissêmico de um texto, mas de compreendê-lo como dotado de uma tentativa de fechar uma discussão sobre um determinado assunto. Da escrita aos MCM, os produtos midiáticos eram fechados, sendo por si só, totalizantes e pretensamente universais. Não se admitiam alterações naquele contexto já construído e determinado.

Neste sentido, Lévy (1999) destaca que a característica essencial da Cibercultura é ser universal, mas sem ser totalizante. Há, portanto, nas malhas da rede, produções textuais, audiovisuais e sonoras que têm o intuito de comunicar-se com os que estão conectados ao Ciberespaço, independente do local em que vivem, língua que falam ou crença religiosa; pretendem, assim, a universalidade. Por outro lado, estas mesmas produções estão abertas ao diálogo, comentários e remixagem e, por esta razão, não são pretensamente totalizantes.

Como observa Lévy (1999), atualmente os limites entre as obras se misturam por meio de práticas recombinantes, há experimentações de criações coletivas e uma autonomia nos processos de distribuição que convergem para o declínio das duas figuras totalizantes no que diz respeito à produção de obras que são o autor e a gravação.

Como pudemos detectar, o declínio do autor já vem sendo anunciado ao longo dos séculos. Trata-se de uma instituição que não fora completamente assimilada pela sociedade, apesar de ser amplamente defendida como necessária ao desenvolvimento criativo das artes, ciências e sociedade em geral. Victor Hugo, em 1878, declarou:

O livro, como livro, pertence ao autor, mas como pensamento, pertence – a palavra não é grande demais – ao gênero humano. Todas as inteligências têm nele direito. Se um dos dois direitos, o direito do escritor e o direito do espírito humano devesse ser sacrificado, seria, certamente, o direito do escritor, porque o interesse público é nossa preocupação única, e todos, eu declaro, devem passar antes de nós (*apud* ALPHEN, 2010)

Sabemos – e já os citamos no decorrer da pesquisa – que autores como Foucault (2006) e Barthes (1988) também têm discutido a questão, mesmo que em tempos mais

recentes. Porém, o que nos chama atenção à afirmação de Victor Hugo, além da data que foi proferida, é a questão de compreender o livro como um suporte para as idéias. Da mesma maneira que, como recorda Santaella (2003a), o couro e o papiro já foram suportes para o livro, passamos por um logo período em que apenas o papel cumpria esta função.

Hoje, no entanto, toda e qualquer idéia é capaz de circular sob a mesma linguagem binária e este conteúdo transita por suportes distintos (*smartphone, tablet, notebook, desktop, netbook* etc) e levanta a discussão da possibilidade de manipulação dos indivíduos sobre esses materiais que, como já firmou Hugo, pertencem “ao gênero humano”.

Lévy (1999) vê a Cibercultura a partir das características que a permitem trabalhar com a interconexão entre os indivíduos e a partir desta, a construção de uma inteligência coletiva. Trivinho (2007, p.219) por sua vez, afirma que “a dromocracia é o motor invisível da Cibercultura”. Por dromocracia entende-se o sistema governado pela velocidade (do grego *dromo* = rapidez; *cracia* = governo).

Trivinho (2007, p.217) não vincula a Cibercultura à colaboração, mas a define como um ambiente que “abrange, como bloco social-histórico, o estirão mais avançado da mundialização do capital, fincada nas tecnologias do virtual e em redes interativas”. Por esse motivo não seria uma marca de uma nova era, senão ela própria.

Uma vez unidos os conceitos de Trivinho e Lévy a respeito da Cibercultura, analisamos a pirataria como um processo não apenas previsível, como difícil de ser controlado. Ora, se a Cibercultura representa a fase mais avançada do capital, caracterizada pela velocidade, o consumo segue em ritmo acelerado. Este, por sua vez, pode ser realizado tanto nos moldes tradicionais fincados pelo capitalismo, como por meio do compartilhamento ou da própria produção a partir daquilo que já foi elaborado pela indústria, mesmo que ela não autorize tal utilização.

Como explica Santaella (2004, p. 40) o Ciberespaço, “por ser um gigante descentralizado, não conhece regras de jogos universais. Não tem donos, nem censores, apenas uma ‘netiqueta’”. Veremos a partir das características da Cibercultura que a “netiqueta” não só permite a pirataria como a compreende como sendo um vetor essencial para o desenvolvimento da cultura na Internet.

2.2.1.1 Características da Cibercultura

O Ciberespaço propiciou e agregou uma série de comportamento que permitiu os pesquisadores concluírem a existência de uma cultura específica ao ambiente, a Cibercultura. Ao recorrer a Batchen, Santaella (2003a, p.77) explica que o Ciberespaço “representa a possibilidade de um avanço distintivo e definitivo para além da era moderna e que, nele, o pós-modernismo encontrou uma face que lhe é própria”.

Apesar de alguns teóricos como Bauman (1999) não trabalharem com o conceito de Pós-modernidade, mas de modernidade líquida, optamos por utilizar o primeiro. A razão disto decorre das características típicas da sociedade moderna que se esfacelaram no Ciberespaço, de forma que cremos não ser mais possível utilizar esta nomenclatura.

O primeiro elemento que consideramos estar em crise é a questão relativa ao controle dos meios de produção. Se a Modernidade foi calcada nos dispositivos de emissão, cujo objetivo era transmitir discursos de mão única, impossibilitando ao indivíduo o acesso à produção, este sistema não encontra mais espaço para ser exercido na Pós-Modernidade. Na estrutura do Ciberespaço, os instrumentos de elaboração de conteúdos encontram-se nas mãos dos interagentes que experimentam a produção de conteúdos para serem consumidos na rede.

Além da interconexão entre os usuários, as possibilidades de compartilhamento e construção colaborativa também são evidentes e não eram contempladas na Modernidade. Todas estas experiências são viabilizadas a partir da digitalização dos produtos culturais, outra característica relevante para as práticas de consumo, produção e vivência no Ciberespaço pós-moderno.

A Cibercultura, definida por Lévy (1999, p.17) como sendo o “conjunto de técnicas (materiais e intelectuais), de práticas, de atitudes, de modos de pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do Ciberespaço”, tem a pirataria como uma de suas mais polêmicas manifestações. Possível, mas não permitida, viável, mas “vigiada”, a pirataria ignora os padrões de *copyright* e institui um comportamento comum aos internautas.

A facilidade de piratear produtos na Internet advém não apenas da dificuldade de mapeamento do Ciberespaço, mas também da linguagem utilizada no ambiente. Desenvolvido por Claude Shannon a partir da álgebra de Boole, os bits passaram a ser o código utilizado em

redes de informática. Qualquer informação, seja ela uma imagem, um vídeo ou um texto, agora pode ser traduzido para o que Santaella (2004) chamou de “esperanto digital”.

Associada à linguagem binária, a estruturação em rede é fator essencial para as transações de dados. Capra (2008) explica que tal estruturação é recorrente nos organismos vivos. Definidas pelo autor como um “padrão não-material de relações”, as redes apresentam como característica-chave a autogeração, ou seja, “elas criam-se e recriam-se continuamente, transformando-se ou substituindo seus complementos” (CAPRA, 2008, p. 20).

Observamos que tal característica também é predominante nas redes virtuais artificiais. Exatamente por demonstrar essa facilidade de mutação, os piratas se movem com facilidade no Ciberespaço. Experimentando a autonomia que não era possível nos meios de comunicação de função massiva, os usuários encontram uma nova forma de estar na mídia.

Dentre os processos criativos dos quais a pirataria faz parte destacamos a produção da remixagem. A apropriação de obras já existentes com o intuito de desenvolver novos produtos é uma das possibilidades do processo criativo que agora se torna mais recorrente com as tecnologias digitais. Trata-se de uma prática que se mantém entre a reprodução e a novidade que se tem denominado de *remix*. Esse processo, semelhante à velha bricolagem e associada agora às recentes tecnologias, ao reconfigurar as informações constitui uma estrutura capaz de ser lida como um novo conteúdo.

Na primeira metade do século XX, Benjamin (1990) demonstrara a perda da aura das obras de arte dado o processo de reprodutibilidade pelo qual elas passavam. Atualmente, é possível que estejamos assistindo a uma nova etapa transformacional nos produtos culturais, em que trechos das obras podem ser reconfigurados de tal maneira que a autoria se dilui no processo.

O *remix*, como técnica indispensável para manter esse novo tipo de produção no Ciberespaço, esbarra nas idéias de direitos autorais e propriedade como foram concebidas na Modernidade. E, se levadas às últimas conseqüências tendem a dificultar os processos criativos, porque, como afirma Drahos e Braithwaite (*apud* SILVEIRA, 2008), o desenvolvimento da criatividade necessita de atividades como copiar e imitar para a obtenção de habilidades.

A digitalização dos produtos culturais associada ao alargamento da banda de conexão facilitou o acesso ao conteúdo e, conseqüentemente, a sua manipulação. Na organização do Ciberespaço, o *remix* tem se mostrado fértil: as recombinações podem ser

realizadas por qualquer indivíduo conectado à rede que domine a linguagem apropriada dos *softwares* adequados a este tipo de remodelagem.

Inicialmente associado à música, o *remix* transcende a “barreira do som” e atualmente é reconhecido como uma técnica de criação para produtos textuais e audiovisuais. Definido por Pereira e Hecksher (2007, p.9) como “uma apropriação de ícones e signos da cultura massiva, para usos muito específicos e contextualizados, dentro das dinâmicas de comunicação do Ciberespaço”, o *remix* pressupõe uma liberdade de transformação dos conteúdos já existentes.

Apoiados nesta idéia, internautas mesclam produtos disponíveis na rede. Por meio de práticas recombinantes e modificando a estrutura das imagens, criam conteúdos completamente novos, disponibilizando-os em canais como o *YouTube* para que outros internautas possam assistir e opinar.

Alheios às barreiras de direitos de propriedade, eles trabalham com imagens de *blockbusters*, “assinam” as peças com as vinhetas das grandes produtoras para dar mais realismo aos conteúdos e reafirmam a lógica da indústria, mesmo que deixem claro que se trata de uma produção independente.

A elaboração de um *remix* segue a lógica de modificação explicada por Manovich (2005, p.29): “assim que uma imagem é representada como uma matriz de números, ela pode ser manipulada ou mesmo gerada automaticamente por algoritmos, como aumentar a definição, azular, colorizar, mudar contraste, etc”. Neste sentido, além de gerar um novo conteúdo midiático e agregar internautas em torno de um determinado tipo de produção cultural, esse tipo de material revela as habilidades dos usuários com os aparatos tecnológicos que fazem parte da lógica daquele ambiente.

A digitalização do conteúdo e, por conseguinte, a sua manipulação, explicitada por Manovich, é reforçada por Silveira (2008, p.86) que faz a diferenciação entre a Internet e as mídias tradicionais eletrônicas: “ao contrário dos processos de constituição da TV e do rádio, a Internet é uma plataforma de colaboração recombinante, não-totalitária, mas universalizante e multicultural”.

Lemos (2005, p.1) explica que “o princípio que rege a Cibercultura é a ‘*remixagem*’, conjunto de práticas sociais e comunicacionais de combinações, colagens, *cut-up* de informação a partir das tecnologias digitais”. Assim, o autor trabalha com o conceito de uma “ciber-cultura-remix” e apresenta três leis básicas para a sua existência.

A primeira refere-se à liberação do pólo de emissão, ou seja, diz respeito à possibilidade de os indivíduos estarem ativos no processo da produção cultural mediada. Ao retomar o conceito de IC, percebe-se que Adorno (2002) também trabalhou com o foco voltado ao emissor, como ponto de partida para o desenvolvimento de suas análises sobre a cultura que estava sendo forjada para as massas naquele período de atuação da Escola de Frankfurt. Para o citado sociólogo alemão, a idéia de IC foi elaborada e compreendida “como o conjunto dos diversos meios de produção e difusão de material simbólico na sociedade, articulados por grandes conglomerados empresariais, que ocupam o seu centro” (COHN, 2008, p.66).

Como observa Cohn (2008), apesar de ter sido desenvolvida em outro momento social, a noção de IC não pode ser completamente descartada das análises posteriores. A diferença encontrada é que, quando definida por Adorno, a tal Indústria ocupava lugar central e hegemônico no processo de criação e difusão de produtos culturais e se opunha apenas às grandes obras de arte.

O que vemos atualmente é uma pulverização da produção cultural, em que, além dos grandes conglomerados, disputam a atenção do espectador os trabalhos desenvolvidos por editoras e selos de pequeno porte (independentes) ou até mesmo indivíduos que, sozinhos, são capazes de executar todas as etapas do processo de elaboração de um produto cultural, seja ele impresso, sonoro ou audiovisual.

Se McLuhan (1964) afirmou que na época da fotocopiadora, cada cidadão poderia assumir o papel de um editor, em tempos de Ciberespaço, com o barateamento dos suportes tecnológicos de produção, cópia e distribuição, não causa nenhuma estranheza afirmarmos que cada cidadão pode assumir o papel de uma indústria cultural.

A idéia de autor, explicitada por Foucault (2006) é consonante com o conceito de IC, uma vez que muitos produtos culturais são associados ao autor e respaldados por uma assinatura. Ao optar por um filme em detrimento de outro, por exemplo, a tendência é considerar as “autorias” envolvidas na construção daquela película. Observa-se qual estúdio a produziu, se a trama é uma adaptação de algum *best-seller*, quem é o diretor, bem como os atores selecionados para compor o elenco.

Quando se trata do consumo de um produto *remix*, o caminho é outro. Ressaltamos que também pode passar por aspectos da IC, mas ao tratar da autoria em si, o processo é mais maleável. Geralmente o autor não é dotado de um discurso de autoridade,

conhecido previamente por seu público. Em boa parte das produções o autor sequer assina a obra ou, quando o faz costuma adotar a sua identidade na Internet através de um pseudônimo ou, para usar uma linguagem relativa ao mundo digital, um *nickname*. O interesse consiste em tratar de algum tema de forma peculiar e que, de alguma maneira, já faça parte do imaginário dos indivíduos.

Por esta razão, reforçamos que não se trata mais da perda da aura por meio da possibilidade de reprodução dos conteúdos, tal qual falava Benjamin (1990), mas de uma ampliação dessa possibilidade, em que há uma diluição da própria autoria no processo de criação.

Assistimos à ampliação do pólo de emissão por meio da pulverização, já que é possível aos indivíduos serem emissores de produtos culturais mediados. É bem verdade, no entanto, que esta “autonomia” ainda não é completa, uma vez que esbarra nos direitos de propriedade que protegem as obras que poderiam ser utilizadas como base para a criação de novos conteúdos.

Dando continuidade à idéia de Lemos (2005), a segunda lei fundamental para a existência de uma “ciber-cultura-remix” seria o princípio da conectividade generalizada. Esta é calcada na lógica de que tudo está em rede e estamos todos conectados. Seja em nossos computadores pessoais, ou através de dispositivos móveis, somos uma imensa formação de conexões.

Destacamos que a noção de rede é tridimensional. Sem centro ou bordas; todos os pontos da conexão apresentam-se em igual patamar. Podemos optar pelo papel que assumiremos em determinado momento do processo comunicacional. Desenvolvemos, assim, a noção de interagente, sem as divisões tão claras entre emissor e receptor tal qual o são nos meios de comunicação tradicionais.

A possibilidade de estarmos conectados em diversos ambientes revela a atuação mercadológica na criação de dispositivos que supram a nossa necessidade de estar em sintonia com a Internet. Esta presença mais frequente no Ciberespaço, por meio de variados suportes tecnológicos, também está associada aos dispositivos técnicos que facilitaram os processos de cópia, produção e distribuição, responsáveis pelo que Lemos (2005) denomina de *ciber-cultura-remix*.

Da necessidade do aumento no fluxo de conteúdos resultou a ampliação da conexão. Associados a isto, os instrumentos de copiagem e transporte de dados também foram

evoluindo: dos disquetes até os atuais *pendrives* e cartões de memória, nos quais é possível armazenar cada vez mais informações.

Aparatos de produção como câmeras digitais de fotografia e filmagem também estão cada vez mais baratos e em diversos casos, encontram-se acoplados ao celular. Essa facilidade de acesso aos instrumentos possibilita uma ampliação da produção individual de conteúdos e uma necessidade natural de publicá-los, seja para determinados grupos na rede ou para qualquer indivíduo conectado. Boa parte destes aparelhos telefônicos permite ao usuário conectar-se à Internet, proporcionando uma maior facilidade de o interagente disponibilizar sua produção, gerando um novo comportamento entre ele e o conteúdo mediado.

Todos estes aparatos se relacionam com a terceira e última lei básica apontada por Lemos (2005) que trata da reconfiguração dos formatos midiáticos e das práticas sociais. Contudo, gostaríamos de destacar que não se trata de uma mudança social em que a técnica rege o movimento, mas o contrário. Como explica Wolton (2007, p.34),

A técnica não é o suficiente para mudar a comunicação na sociedade, e é por esta razão que numerosas ‘revoluções das tecnologias de comunicação’ não tiveram o impacto esperado, simplesmente porque não estavam em sintonia com nenhum movimento mais geral relativo à evolução do modelo cultural de comunicação.

Neste sentido, não estamos tratando o objeto de estudo com um determinismo tecnológico. Reconhecemos que a prática de recombinar conteúdos com o intuito de criar novos produtos é anterior aos processos da Internet e que em diversos casos se recorre à pirataria para concretizá-la.

Insistimos que, no Ciberespaço a possibilidade de manipulação de outras obras é facilitada devido à estrutura em bits dos quais os produtos se constituem. A idéia de *remix* encontra-se no cerne das práticas associadas ao ambiente digital, permitindo que teóricos como Lemos (2005) a associe, não apenas a uma conduta, mas a uma cultura da rede.

A prática da remixagem encontra a cultura dos fãs que, como destaca Jenkins (2008), sai da condição de espectador das obras para interferir nos processos de produção associados a elas. O autor observa ainda que os produtos da indústria da cultura são os responsáveis por boa parte da criação dos indivíduos, seja para contestá-los ou reafirmar a sua

lógica. Para Jenkins (2008, p. 181), “a fascinação pelos universos ficcionais muitas vezes inspira novas formas de produção cultural, de figurinos a fanzines e, hoje, cinema digital”.

Se a perda da “aura” da obra de arte, com a reprodução em série do original significou um enfraquecimento do controle do autor sobre sua obra em benefício dos interesses capitalistas de ampliação de lucros, o *remix*, por sua vez demonstra uma perda quase total desse controle do criador da obra. Mas, desta vez é possível que isto ocorra até mesmo por iniciativa dos admiradores da obra original.

Uma vez recombinaos os fragmentos das obras, não há mais como detectar a autoria, senão àquela do *remixer* que deu novo sentido às produções. Mais do que uma técnica de criação, o *remix* apresenta-se como elemento essencial para a existência da Cibercultura, que traz em seu cerne a possibilidade de os indivíduos interferirem na produção dos conteúdos mediados.

A tecnologia é fator essencial para a ampliação das práticas recombinantes, contudo, não é ela quem determina as mudanças sociais e sim, o uso que os indivíduos fazem dos suportes tecnológicos, em um momento de alterações.

A audiência também é modificada, na medida em que tem disponível um maior número de conteúdos disputando a sua atenção. Esta é dividida não mais entre as opções de canais de TV, estações de rádio ou assinaturas de jornais e revistas, mas com *blogs*, vídeos disponibilizados em *sites* como o *YouTube* e as dicas que circulam nas redes sociais. Em outras palavras, “nenhuma boa criação, para ser conhecida e respeitada atualmente, precisa do antigo aval e permissão dos controladores da mídia” (SILVEIRA, 2008, p. 87).

Em termos mercadológicos isso tem implicações para o sistema capitalista de produção, que pode manter uma postura de protecionismo das obras diante das novas possibilidades ou adotar o *remix* como prática de geração de novos produtos, tão vendáveis quanto o original. Mas, não há como negar que o espaço de criação e recriação se amplia, tornando-se um processo mais coletivo, próximo à principal característica da Internet como espaço de mídias interativas e multifacetadas.

PARTE III

3 PIRATARIA: PRÁTICAS E RESSIGNIFICAÇÃO

3.1 METODOLOGIA

Esta pesquisa foi constituída considerando a sua natureza qualitativa, na medida em que se dispôs a explicar as características e resultados das informações obtidas, sem a necessidade de mensurar quantitativamente características ou comportamentos (OLIVEIRA, 2005). Pretende-se, dessa maneira, contribuir com o processo que está sendo estudado, no sentido de formar uma opinião a respeito do fenômeno, interpretando-o segundo as informações adquiridas durante a investigação.

Considerando os objetivos, esta pesquisa adquire tanto o caráter exploratório, ao estabelecer “critérios, métodos e técnicas” visando “oferecer informações sobre o objeto” (MEDEIROS, 2009, p.30) quanto explicativo, sendo este último o responsável por registrar fatos, analisá-los e interpretá-los considerando e identificando suas causas. Como postula Vergara (2004, p. 47), este tipo de investigação “tem como principal objetivo tornar algo inteligível, justificar-lhe os motivos. Visa, portanto, esclarecer quais fatores contribuem, de alguma forma, para a ocorrência de determinado fenômeno”.

Para atingir os objetivos propostos destacamos que, pelo aspecto operacional, desenvolvemos uma pesquisa bibliográfica e documental. A primeira se constitui como o levantamento de informações presentes em sítios, periódicos científicos e noticiosos, além de livros, todos estes abordando os temas distribuídos em três campos.

O primeiro campo é a mídia, base para a elaboração do trabalho, tanto por ser resultado de pesquisas na área de comunicação quanto por compreender que os processos analisados se dão nas estruturas de mediação possíveis nos ambientes midiáticos. Apesar de trabalharmos diante da história dos meios de comunicação e como estes contribuem para a formação de culturas distintas, destacamos que o nosso foco foi o tratamento do Ciberespaço e a configuração da Cibercultura da qual a pirataria é parte essencial.

O segundo aspecto buscou a abordagem das questões relativas às novas tecnologias, compreendendo-as como as técnicas que se relacionam com os meios de

comunicação cujo objetivo é ampliar as funções dos indivíduos frente aos processos midiáticos. Diferenciam-se, portanto, dos meios, mas tornam-se parte essencial destes. Nosso principal objetivo nesta abordagem foi relativizar o papel da tecnologia, considerando-a como elemento condicionante da estruturação de uma (ciber)cultura, mas nunca como fator determinante, uma vez que a técnica é resultado das motivações e desejos humanos e não o contrário.

O terceiro tópico que objetivamos contemplar na abordagem bibliográfica da pesquisa consiste na compreensão dos aspectos que envolvem a produção cultural e sua relação entre a autonomia do indivíduo e a distribuição dos conteúdos realizada pela indústria da cultura. Neste sentido encontramos a pirataria como um comportamento que revela uma tensão entre os interesses do consumidor e do emissor de conteúdos.

Contudo, mesmo diante dos três pilares bem definidos de proposição bibliográfica para a dissertação, recorreremos também à pesquisa documental, uma vez que o objeto de estudo traz em si a característica de ser transdisciplinar e necessitava de esclarecimentos quanto à legislação que o contempla. Dessa maneira, tivemos o cuidado de recorrer não apenas à Lei vigente que remete às questões relativas ao direito autoral, bem como aos projetos de Lei que tramitam no Congresso Nacional.

Ainda no que se refere à análise de documentos para a fundamentação do objeto de estudo, consideramos relevantes a observação de petições que versavam sobre o assunto, como o caso da solicitação *online* pelo veto do Projeto de Lei apresentado pelo Senador Eduardo Azeredo. Acompanhamos também o debate público instaurado pelo Governo Federal sobre questões envolvendo os comportamentos dos usuários no Ciberespaço, contudo, ressaltamos que o fato do projeto ainda não ter sido finalizado impossibilitou uma análise mais aprofundada dos resultados.

Resultados de ações judiciais no Brasil e no mundo que de alguma maneira tratava das discussões relativas à pirataria também foram apreciados com o objetivo de apontar os rumos que o objeto de estudo tem tomado.

Como se vê, a proposta desta pesquisa consiste na análise de um fenômeno que não possui início e fim definidos, de forma que possamos estabelecer um recorte histórico claro. Afinal, trata-se de um objeto que sequer possui delimitações específicas em si próprio. Neste sentido, compreende-se que o trabalho terá uma abordagem dialética, ou seja, de contraposição de idéias no sentido de formar outras idéias novas, uma vez que esse método

problematiza o fenômeno “através de sua ação recíproca, da contradição inerente ao fenômeno e da mudança dialética que ocorre na natureza e na sociedade” (LAKATOS e MARCONI, 2006, p.106).

Reconhecemos, portanto, que a abordagem dialética abarca o problema situado em um ambiente de mudanças constantes e como explica Santaella (2003b, p.138) de “inacabamento”. Parece-nos apropriada a definição, uma vez que o objeto de estudo proposto encontra-se em um espaço de mutação freqüente (a Internet) e ainda não se encerrou ou se esclareceu enquanto fenômeno social.

Esta pesquisa baseia-se ainda nas tendências culturoológicas de que fala Santaella (2003b, p. 62), entendendo-as como estudos nos quais “os meios de comunicação encontram uma lógica de desenvolvimento que lhes é própria, mas ao mesmo tempo inseparável das injunções culturais”, caracterizando, portanto, um recorte técnico-cultural do objeto em análise.

Ainda segundo Santaella (2003b, p.65), McLuhan propõe linhas de pesquisa voltadas às mídias e, entre elas, levanta a questão: “como o advento de uma nova mídia [...] pode alterar as interações sociais e a estrutura social em geral?”. Esta pergunta guiou a pesquisa para compreender a relação entre a Internet e a pirataria e como isto afeta a indústria produtora de bens culturais.

Para responder a questão e alcançar os objetivos propostos, determinamos, assim, os métodos adequados para o desenvolvimento da pesquisa. Entendendo-o como “a elaboração, consciente e organizada, dos diversos procedimentos que nos orientam para realizar o ato reflexivo” (RUDIO, 1992), o processo metodológico proposto observou a abordagem e os procedimentos que melhor encaminharam a pesquisa.

3.2 MAS AFINAL, O QUE É PIRATARIA?

Durante o desenvolvimento deste trabalho, tivemos a oportunidade de apresentar alguns resultados por meio de artigos e ensaios em eventos locais, nacionais e internacionais. Geralmente recebido com a dose de polêmica que já é natural do objeto, encontramos alguns questionamentos a respeito do uso da expressão pirataria.

As críticas eram bem fundamentadas. Usar o termo “pirataria” traria uma carga negativa e um rótulo que a indústria deseja inserir nas práticas de compartilhamento naturais à Cibercultura. Ativistas de movimentos para a liberdade de produção na Internet – entre eles iniciativas como o CC e o *copyleft* – julgavam que “vestir a carapuça” seria dar a vitória à indústria do *copyright*.

Destacamos, portanto, que a proposta desta dissertação consiste na análise da pirataria sob o ponto de vista da indústria da cultura, revelando como esta última interfere nos processos midiáticos e na autonomia do indivíduo diante dos comportamentos reveladores de uma Cibercultura. Conscientes do alerta diante das “intenções” da indústria do *copyright* pudemos observar que ainda que nominada pelos oligopólios, a prática da pirataria passa por um processo de ressignificação por parte dos interagentes.

Em junho de 2008 a *Microsoft* encaminhou ao governo do Brasil uma pesquisa constatando um fato que merece nossa atenção: pirataria não é um termo que provoca rejeição junto ao povo brasileiro. Ao contrário disso, a expressão proporciona a mesma empatia que nos provoca o personagem Robin Hood, o clássico herói da literatura, que saqueia dos ricos para distribuir aos pobres (BOECHAT e HERDY, 2008).

Ao procurar indícios dessa constatação encontramos o exemplo do filme *Tropa de Elite*, de José Padilha que, antes da sua estréia nas salas de cinema, estima-se ter sido assistido em versão pirata por cerca de 11 milhões de pessoas. O fenômeno de “pré-exibição pirata”, segundo a revista VEJA (2007), também aconteceu em Portugal, Moçambique e Angola, confirmando a tendência de desterritorialização do comportamento de consumo a partir da facilidade e velocidade de distribuição de informações como característica de uma nova cultura mundial.

Diante do fato do povo brasileiro não se incomodar com o termo “pirataria”, a iniciativa anunciada pelo governo foi a de substituir a expressão, nas campanhas oficiais, por “produto ilegal” ou “mercadoria falsa” (BOECHAT; HERDY, 2008). Como se vê, a indústria da cultura não obteve o êxito esperado em relação à atribuição de características pejorativas ao termo, já que boa parte da população não o vê vinculado a uma prática negativa.

Naturalmente, não será a mudança em uma nomenclatura a responsável por diminuir o exercício da pirataria, mas a busca por alternativas viáveis de modelos de negócio em consonância com a realidade produtiva e de consumo atuais. Acompanhamos eventos como o lançamento do álbum *In Rainbows* da banda inglesa *Radiohead*: antes de ir para as

lojas, foi lançado em formato mp3 e disponibilizado para *download* em uma página na Internet. A ousadia do quinteto foi permitir aos internautas que estes atribuíssem preço a cada música – como também poderiam optar por baixar as faixas gratuitamente. Mesmo após milhões de cópias (muitas dessas pagas)²⁸, ao ser lançado o álbum, na primeira semana, o grupo ocupou o topo da parada britânica (ILUSTRADA, 2008).

A iniciativa nacional do *download* remunerado por meio do álbum virtual da gravadora Trama²⁹ também nos chamou atenção. Com o slogan “grátis para você, remunerado para o artista”, o selo propõe um modelo em que uma empresa patrocina o álbum e remunera o cantor/banda. Este por sua vez disponibiliza as faixas gratuitamente para os internautas. Poderíamos ainda citar casos de artistas independentes que disponibilizam canções, álbuns, clipes e outros produtos para serem baixados e difundidos no Ciberespaço ou até mesmo produções de indivíduos, sejam elas colaborativas ou não, disponibilizadas propositadamente na rede.

O fato é que todos estes exemplos demonstram iniciativas de compartilhamento, contudo, não são o que rotineiramente entendemos por pirataria, por mais que haja dificuldades em esclarecer o termo. Pirataria diz respeito basicamente a tomar algo que não é seu, utilizar sem autorização, quebrar a norma vigente. Sabe-se que nas malhas da rede “tomar algo” não significa deixar alguém *sem*, mas deixar mais um *com*, uma vez que a pirataria no Ciberespaço é apoiada na cópia e/ou na disponibilidade. Bernard Shaw (1856-1950) afirmou no início do século passado que “se você tem uma maçã e eu tenho uma maçã, ao trocarmos maçãs tanto você como eu continuaremos com uma maçã cada. Mas, se eu tenho uma idéia e você tem uma idéia e nós trocarmos idéias, cada um passará a ter duas idéias”.

Apesar de ter vivido em um período anterior à estruturação da rede e, portanto, da potencialização da trocas de conteúdos e informações baseadas, sobretudo, nas idéias, Shaw conseguiu definir o espírito que move o comportamento diante da cópia que não se refere mais tão somente ao lucro financeiro, mas a possibilidade de os indivíduos compartilharem idéias, conhecimentos e desenvolver novos caminhos a partir disso. Diante da abordagem do objeto considerando a nomenclatura imposta pela indústria, utilizamos a expressão pirataria, não compartilhamento ou seu similar eufemístico “reprodução não autorizada”.

Para esta dissertação, pirataria também não se restringe às práticas em que se relacionam a cópia e o lucro. Como trabalhamos sob a perspectiva da intrínseca relação entre

²⁸ Cabral (2008) observa que em 40% dos *downloads*, foi pago um valor médio de dez dólares por música.

²⁹ Para conhecer mais da iniciativa acesse o *link*: <http://albumvirtual.trama.uol.com.br/>

a indústria, da Lei e os indivíduos, optamos por uma conceituação mais abrangente e menos simplista do termo.

Excluimos o uso corriqueiro da terminologia para tratar de falsificações, plágios ou outras formas de infração que vêm sendo confundidas com o que queremos propor como pirataria. Para desenvolver tal proposição, consideramos a genealogia do uso da expressão quando esta sai de seu contexto original das embarcações e segue para definir usos “inadequados” dos meios de comunicação.

Para conceituar o termo recorreremos a autores que exploram a perspectiva dos piratas desde os tempos das navegações e como estes se assemelham à pirataria na atualidade que envolve a navegação virtual por dados e conteúdos espalhados nas malhas da rede. Destacamos o filósofo Hakim Bey (2004) que credita a viabilidade da pirataria a um período em que o território não é totalmente conhecido, permitindo espaços temporários de atuação e esconderijos, características comuns tanto no tempo das navegações quanto na fluidez e desterritorialização do Ciberespaço.

Bey (2004) trabalha sob a perspectiva da “cartografia do controle”. Recorrendo ao uso primário da expressão pirataria, até as navegações européias cumprirem a função de mapear todos os territórios do planeta, ilhas desconhecidas eram utilizadas por piratas e corsários como lugares de permissividade para o desenvolvimento de uma cultura alheia aos controles das crenças do Ocidente. Esses lugares eram seguros por apenas um curto período, quando os piratas voltavam ao mar desconhecido, retomavam as atividades de saque e buscavam abrigo em um novo lugar, determinando assim o nomadismo do grupo.

À época das grandes navegações, mais do que a simples idéia de saque, os piratas construíram uma cultura própria calcada em princípios de liberdade capazes de afrontar a moral estabelecida no velho continente. Bey (2004) explica que no século XVIII, piratas haviam montado uma “rede de informações” espalhada pelo globo e que funcionava muito bem. Tal rede “era formada por ilhas, esconderijos remotos onde os navios podiam ser abastecidos com água e comida, e os resultados das pilhagens eram trocados por artigos de luxo e de necessidade” (BEY, 2004, p. 11).

Em algumas dessas ilhas havia a formação de mini-sociedades que viviam conscientemente fora da Lei. Tais espaços não visíveis ao controle dos governos recebem de Bey (2004) a denominação de zonas autônomas temporárias (ou TAZ em sua sigla em inglês). Para o autor, a TAZ é fluida e tem o objetivo de produzir ataques “às estruturas do controle,

essencialmente às idéias” e, por esta razão, as define como uma “máquina de guerra nômade”, pois “conquista sem ser notada e se move antes do mapa ser retificado” (BEY, 2004, p.19).

Os piratas do Ciberespaço em nosso século atuam de maneira similar. Se no princípio a atividade era pulverizada e desorganizada, iniciativas como a de Shaw Fanning com a criação do *Napster* permitiram a cópia e as trocas dos produtos protegidos por Lei de forma muito mais estruturada e acessível. Se usarmos o vocabulário de Bey (2004) é possível afirmar que ao ter essa TAZ desmantelada no Ciberespaço, diversas outras surgiram revelando a impossibilidade de conter o movimento das TAZ da pirataria.

Seja na atividade pirata do século XVIII ou do século XXI, há o descobrimento de novos “mundos” em um ambiente que se busca conhecer por completo. Contudo, o que gostaríamos de acrescentar ao raciocínio de Bey (2004) é que, se em um território físico havia a possibilidade de mapeamento completo dos espaços e, conseqüentemente, a instauração de um controle mais rígido dos caminhos percorridos pelos atores sociais, o Ciberespaço apresenta um território mais complexo.

Lévy, em entrevista a Godoy (2009), declarou que o mapa da Internet é impreciso exatamente porque sai da esfera da cartografia física para o mapeamento de idéias e conexões, sendo que essas últimas vão além da nossa compreensão visual. Alguns indícios já apontam para a existência de várias “internets”, dificultando ainda mais a configuração de um mapa “assimilável” às nossas limitações.

Basta uma simples navegação pelos dados de busca da Internet para perceberemos o quanto ainda há para ser “cartografado” e catalogado nesse ambiente. Ainda se recorrermos a Bey (2004), observaremos que o autor faz uma divisão da Internet a partir de três grandes tendências contidas uma na outra e, portanto, indissociáveis. A sua explicação é aparentemente simples, mas indica exatamente as zonas de conflito das quais estamos querendo tratar neste trabalho.

O Ciberespaço seria composto assim pela “net”, que trataria da totalidade das trocas de dados e informações. Nela seria possível encontrar dois aspectos: a transferência de conteúdos exclusivos de alguns grupos privilegiados, criando uma noção de hierarquia, e a existência também de transações abertas a qualquer indivíduo conectado, ambientando assim o Ciberespaço como um lugar de trocas horizontais. A terceira e última estrutura visualizada por Bey (2004, p.32) seria a contra-net que se refere ao “uso clandestino, ilegal e rebelde da web, incluindo a pirataria de dados e outras formas de parasitar a própria net”.

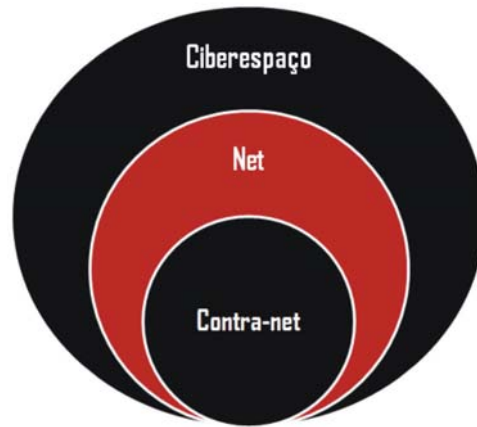


Figura 4 – Divisão do Ciberespaço, segundo Bey (2004).
Fonte – a autora.

É importante destacar que a expressão “pirataria” começa a ser usada fora de seu sentido original quando há a necessidade de tornar-se “usuário” e produtor de conteúdo dos meios de comunicação. Com a urgência de interferir na produção cultural da Inglaterra na década de 1960, onde as estações radiofônicas eram exclusivamente estatais, um grupo de jovens começou a transmitir a partir de uma radiodifusora instalada em um navio na costa. A embarcação não poderia ser interceptada pelo governo britânico, pois se encontrava além do domínio das milhas marítimas inglesas.

De acordo com Pigatti (2003), o objetivo desses jovens era mostrar os elementos de um movimento de contracultura que surgia por meio de músicas, manifestos e comportamentos que não encontravam espaço nos meios de comunicação institucionalizados. Entretanto, Machado (1986) afirma que a ação foi realizada também por motivos comerciais e não apenas culturais, revelando uma das características primordiais dos meios de comunicação que consiste na impossibilidade de separar a economia da produção de conteúdos.

Na Inglaterra daquele período não havia a possibilidade de comercialização de espaços publicitários nas difusoras estatais e, por esta razão, até mesmo as empresas acabaram por apoiar de forma indireta a atividade de radiodifusão “pirata” dos jovens ingleses, passando a anunciar nos espaços da rádio cujo objetivo era quebrar o monopólio do Estado.

Verificamos, portanto, similaridades entre os piratas do século XVIII, não apenas por estarem em mares abertos e além das fronteiras de poder da Inglaterra. Tal grupo se constituía como dotado de uma cultura própria, além obter lucro por meio de uma atividade a

princípio condenável. Ainda que o retorno financeiro não viesse por meio do saque, tratava-se de uma conduta criminosa à época.

Mesmo com o primeiro grupo de manifestantes preso, o problema não foi solucionado: os jovens ouvintes ingleses, simpatizantes da iniciativa de um sinal de rádio independente do poder do estado, implantaram diversas radiodifusoras sem o devido licenciamento em todo o país. Pigatti (2003) explica que no Brasil, depois desse episódio, o termo pirataria começou a ser usado como uma expressão pejorativa por proprietários de emissoras e pela IC para identificar cópias ilegais de seus produtos. Observa-se que a única similaridade entre a pirataria dos britânicos e a cópia ilegal também tratada sob a mesma nomenclatura diz respeito ao fato de que ambas as práticas potencialmente incomodam os lucros da indústria.

O episódio ocorrido em um dado momento histórico na Inglaterra já demonstra a impossibilidade de controle do conteúdo transmitido pela mídia. Esta escala de ausência de domínio no que se refere à difusão pelos meios de comunicação é ampliada com a estrutura em rede e a imaterialidade dos produtos na Internet.

Observa-se no caso da radiodifusora que, para conter um possível discurso inconveniente, a primeira postura adotada pelo governo foi ampliar a extensão do território de seu poder de interferência para prender os jovens. Entretanto, a decisão de quem se identificava com o que era transmitido de implantar estações de rádios nos mais variados territórios do país é inesperada. O que a princípio é tratado como um caso isolado de rebeldia, logo é percebido como uma necessidade de se comunicar e se relacionar através da identificação a partir de suas próprias experiências e semelhanças, características de uma subcultura.

3.2.1 Pirataria: práticas

Analisamos também a problemática sob o ponto de vista da complexidade de interesses que a envolve. A prática definida como pirataria parece ter uma definição fluida, variável, dependendo dos interesses das corporações. “Levante a mão aquele que está lendo este artigo num computador com sistema operacional comprado e legalizado”. Em 2007, Sebastião Martins publicou um artigo no *site Observatório da Imprensa* que começava dessa

maneira. Tal provocação é capaz de refletir a entrada do sistema operacional (SO) da *Microsoft* no mercado nacional. O *Windows* fez-se presente na vida dos brasileiros no final da década de 80 e tal inserção se deu majoritariamente por meio de cópias ilegais. A estratégia de fazer “vistas grossas” à pirataria fez com que o SO se tornasse hegemônico no país (SILVEIRA, 2005).

Atualmente, no entanto, a distribuição dos “piratas” é largamente reprimida e há uma tentativa constante de difundir a versão original em todo o mundo. Apenas para citar um exemplo, uma pesquisa realizada pela *NPD Retail Tracking Service* detectou que 96% dos *netbooks* vendidos nos Estados Unidos em fevereiro de 2009 já chegaram aos consumidores com o *Windows* instalado. No mesmo período do ano anterior, esse número era apenas de 10% (LEBLANC, 2009).

Especialmente no Brasil, aprendemos a nos relacionar com o computador através da interface do *Windows*, o que faz com que o percurso natural das empresas seja comprar este SO e os seus pacotes extras como o *Office*, por exemplo. As atualizações acabam por nos obrigar a adquirir novas versões que vêm cada vez mais “preparadas” para combater a pirataria dos seus aplicativos (TEIXEIRA, 2007).

O governo brasileiro em 2006 optou pelo uso de *software* livre na administração pública. Lula afirmou que vê o evento como uma possibilidade de democratização (dado o barateamento dos equipamentos) e afirma ter economizado quase R\$ 400 milhões dos cofres públicos.

Por sua vez, os partidários do *software* proprietário insistem na crítica. Teixeira (2007), em matéria assinada para a revista *Veja*, defende que o governo Lula não apenas gastou mais do que economizou como também piorou o serviço de atendimento no país. Ainda segundo o autor, até essa mudança, o Brasil era um exemplo em todo mundo quando se tratava de atendimento público pela Internet em razão de diversos serviços como a declaração de imposto de renda *online*, voto eletrônico e outros:

Em lugar de ampliar as experiências bem-sucedidas, passou a priorizar a implantação do software livre na administração federal. O resultado: o Brasil caiu dezenove posições no ranking das Nações Unidas que avalia o uso da informática pelos governos, ficando atrás do Chile e do México (TEIXEIRA, 2007).

Enquanto governo e indústria travaram um debate a respeito das possíveis vantagens e desvantagens sobre qual categoria de *software* adotar, os consumidores brasileiros escolheram a sua via. Em 2006, quando foi implantado o programa do governo federal *Computador para todos*, uma pesquisa encomendada pela Associação Brasileira dos Empresários de *Softwares* (ABES) constatou que os computadores, pouco tempo depois de adquiridos, tinham o sistema *Linux*³⁰ substituído pelo *Windows*. No primeiro mês após a compra 73% dos computadores realizaram a troca. Destes, apenas 26% pagaram por isso, o que demonstra o alto índice da pirataria no país³¹.

O que se vê é uma necessidade do indivíduo de fazer parte do ambiente de comunicação digital da mesma maneira que os demais têm acesso e que o mercado geralmente exige. Neste caso, destacamos que não se trata apenas do mercado de trabalho em si, mas do mercado como um sistema capaz de ditar valores e associá-los a seus produtos. Então, se se comunicar no ambiente digital é possuir um navegador no SO *Windows*, é este que vai ser procurado e adquirido, ainda que o seja por vias alternativas.

A breve história do *Windows* no Brasil aponta para a problemática que pretendemos discutir. A pirataria enquanto cópia e distribuição ilegais se encontra em um complexo sistema de interesses que ora permite a sua prática ora a reprime com o intuito de retomar os lucros, estes maximizados dada a facilidade de penetração e difusão das versões ilegais.

Assim como SO e aplicativos estão inseridos em uma lógica mercadológica que apresenta contradições quanto à repressão/liberação de um uso mais livre por parte dos usuários, suportes tecnológicos disponibilizados pela própria indústria como gravadores de CD e DVD, mp3 *player*, *iPods* e *pendrives* também revelam usos contraditórios. Hoje não é permitido ao internauta fazer cópias de um filme ou música que ele próprio comprou, impossibilitando assim o uso livre dos suportes pelos internautas.

Reconhecemos naturalmente, que os aparelhos citados saem de fábrica com o objetivo de fazer-se útil a práticas que não infrinjam a Lei. Contudo, não há como negar que a facilidade de realizar a pirataria é ampliada diante do acesso a tais suportes. Neste sentido, parece-nos clara a dificuldade em regular o uso que é feito de um produto depois que este

³⁰ Sistema operacional de código aberto, também chamado de *software* livre, geralmente distribuído de forma gratuita.

³¹ A informação foi retirada de uma matéria publicada na Folha Online disponível no link: <http://www1.folha.uol.com.br/folha/informatica/ult124u21080.shtml>

chega às mãos do consumidor final. É exatamente neste momento que o usuário vai se encontrar entre a autonomia de utilizar os produtos culturais da maneira como julgar melhor e as limitações impostas pelo *copyright*.

Uma pesquisa realizada pelo Instituto Akatu (2007) revelou que 75% dos brasileiros não se importam em comprar um produto pirata. A pesquisa demonstrou também que há o entendimento por parte dos consumidores de que a prática é proibida por Lei, no entanto, os entrevistados apresentam seus motivos para justificar a conduta. Entre eles estão a incredulidade em relação à destinação adequada da verba dos impostos pelo governo e o fato de considerar que os representantes da indústria cultural (empresas, artistas) já são bem remunerados por meio dos altos lucros sobre as obras e as apresentações que fazem divulgando o trabalho.

Apesar de não restringir a pirataria à produção cultural, a pesquisa demonstra de que forma o produto pirata chega à população, mesmo para aqueles que não têm acesso à Internet. A facilidade de adquirir os produtos disponíveis no comércio informal das ruas das cidades também estaria, segundo a pesquisa, dentre as razões que fazem com que a população entenda haver uma convivência em relação à prática.

Apesar de a indústria – seja ela de entretenimento ou laboratórios farmacêuticos - não deixar clara a distinção do termo pirataria em seus variados usos, a população compreende a diferença de impacto entre as condutas. Esta é a razão pela qual há, no senso comum, a atribuição pesos diferenciados às práticas, apesar de na Lei vigente, serem punidas da mesma forma.

Cabral (2008) destaca o desenvolvimento do Direito como uma instância cuja função deve ser criar normas dentro do que a sociedade caracteriza como condutas corretas ou inadequadas. No caso da pirataria de produtos culturais, está claro para a sociedade que se trata de uma prática ilegal, devido ao excesso de propaganda ou mesmo de notícias que abordam o assunto. Entretanto, grande parte da população não a reconhece como ilegítima ou inadequada. Isto significa que há uma distância entre o desejo da sociedade e a legislação que deve regular suas práticas.

O posicionamento empresarial mediante tal prática, vista pelo mercado como inapropriada, também apresenta contradições, já que é possível adquirir facilmente objetos que facilitam o consumo e a prática da cópia. Dessa maneira, é um paradoxo encontrarmos aparelhos de mp3 disponíveis no mercado se não podemos fazer o *download* de músicas, por

exemplo. É pouco provável que o espaço ocupado por tal *gadget* no mercado fosse o mesmo, no caso de haver apenas usuários que adquirissem suas músicas em *sites* de distribuição autorizada, por exemplo.

Atualmente, o princípio da proteção da obra intelectual é a idéia de que “a recompensa é o estímulo para que o criador produza ainda mais e a sociedade progrida em direção ao bem comum” (ORTELLADO, 2002). Entretanto, opondo-se a este discurso, apresentamos dois aspectos que devem ser considerados.

O primeiro deles é que os privilégios do editor, do estúdio e da gravadora ainda são maiores que os privilégios do autor. Cabral (2008) afirma que, em um contrato entre uma gravadora e um músico, por exemplo, o valor de repasse para o artista por CD vendido não ultrapassa os 12%. Bandeira (2001, p. 213) reforça esta idéia e defende a utilização da rede como forma de o artista produzir e distribuir sua obra sem o auxílio das gravadoras:

Eliminando, portanto, a mediação – muitas vezes traduzida como “interferência” – das gravadoras, a difusão de músicas através da internet subverte uma relação unilateral mantida pela indústria fonográfica, relação esta cada vez mais desgastada e questionada, já que os artistas vinham ocupando uma posição secundária na condução de suas carreiras.

O segundo contraponto em relação ao fato de que a remuneração seria o melhor estímulo à produção remete à seguinte questão: por que produzimos obras culturais? Sabemos que a proposta inicial de uma produção intelectual não era a de ser tratada como produto. Esta nova forma, consolidada com o surgimento da burguesia, provocou conflito entre intelectuais e o que eles chamariam de IC.

Apesar de trabalhar com a idéia de que uma nova obra deve se reconhecer, publicada e divulgada para que a sociedade progrida rumo a um bem comum, observa-se que a obra intelectual carrega um caráter elitista durante o processo histórico. Tanto que apenas no final do século XVIII e início do século seguinte é que o termo “cultura” passou a tratar as mais variadas formas sociais, sem que uma subjugasse a outra, ao menos formalmente.

Há um ranço quanto à elitização da obra ainda nos dias atuais, especialmente em países como o Brasil, dado os altos índices de cidadãos sem acesso à educação formal. Até hoje é possível encontrar o termo “cultura” associado à produção intelectual advinda exclusivamente do conhecimento formal (SANTAELLA, 2003a) o que é um equívoco, uma

vez que a cultura trata da totalidade das características de um povo, nação ou até mesmo de grupos sociais, como é o caso da Cibercultura.

3.2.2 O que é pirataria segundo a Lei

Estabelecer Leis que regulamentam as atividades em um território específico já demonstrou ser um processo complexo. No caso da Internet a situação parece ainda mais caótica, já que a noção de territorialidade é bastante relativa nas malhas da rede. Gandelman (2007, p.31) explica haver tratados internacionais que versam sobre o assunto, cujo objetivo é “[...] dar aos autores e titulares dos países aderentes aos convênios a mesma proteção legal que cada país dá a seu autor ou titular nacional”. Assim, um escritor como Jorge Amado, por exemplo, que teve sua obra traduzida em vários países, goza dos mesmos direitos dos autores dos países em que sua obra se encontra.

Para firmar tais acordos e manter o princípio da reciprocidade com diversos países, o Brasil aderiu a seis tratados internacionais que dizem respeito especificamente aos direitos autorais. Em nosso território, eles são regulamentados pela Lei de Direito Autoral nº 9.610 de 1998 (LDA/98). Antes dela, estava em vigor a LDA/73. Contudo, entre um diploma legal e outro, “uma enorme quantidade de decretos, Leis específicas e dispositivos constitucionais já haviam tratado do tema, de maneira não sistemática, o que sempre gerou problemas e até hoje, por vezes, tem sido motivo de dúvidas e interpretações conflitantes” (GANDELMAN, 2007, p. 29).

Ronaldo Lemos³² afirma que temos uma das Leis de direito autoral e propriedade intelectual mais restritivas do mundo, especialmente pelo caráter punitivo e criminal com que tratamos os infratores. O autor ressalta não haver nenhuma Lei civil que trate da Internet no país, mas em sua grande maioria, solicitações de mudanças no Código Penal para abordar o assunto. Em sua palestra, Lemos informou que existem pelo menos 43 Projetos de Lei (PL) tramitando no Congresso sobre a regulamentação da Internet.

A busca por sancionar uma norma capaz de contemplar as ações possíveis na Internet tem sido acompanhada por uma parcela da sociedade civil conectada. Trata-se de

³² Palestra ocorrida no dia 4 de novembro de 2009 na mesa 2: “*Commons* na esfera pública interconectada”, do I Seminário de Cidadania e Redes Digitais promovido pela Faculdade Cásper Líbero durante os dias 4 e 5 em São Paulo/SP.

pesquisadores, estudantes, professores, advogados, programadores e participantes da rede em geral que vêem em alguns PLs a possibilidade de continuidade do caráter punitivo já existente, além da criminalização de condutas que restringiriam por completo o uso que hoje fazemos da Internet.

Até 19 de dezembro de 2009³³, Veleda havia mapeado 26 PLs na Câmara dos Deputados que de alguma maneira versam sobre o controle da Internet e disponibilizado uma lista para a consulta sistemática dos internautas que, possivelmente tenham interesse sobre o assunto, mas apresentem alguma dificuldade em efetuar tal busca. Boa parte dos projetos pretende coibir o anonimato dos indivíduos. O caráter de vigilantismo e a pressuposição de culpa que previamente recai aos usuários são vistos pelos críticos como fatores que precisam ser reconsiderados, especialmente por compreenderem que a redação desses projetos deixa margem para que diversas condutas comuns a alguém conectado à Internet sejam analisadas e interpretadas como crime.

Apenas para citar um exemplo, Lemos explica que pelo PL atribuído ao Senador mineiro Eduardo Azeredo, membro do Partido da Social Democracia Brasileira (PSDB), qualquer pessoa que desbloqueasse um *iPhone* poderia cumprir uma pena de até quatro anos de reclusão. O projeto, popularmente conhecido como Lei Azeredo possui, na verdade, uma história de mais de dez anos. Lemos³⁴ reforça que o PL remonta a 1999 e havia sido proposto por outro deputado. Na verdade, “Azeredo é o autor de um substitutivo que transforma a legislação, que era para ter sido adotada em 99, em um projeto criminal para a Internet brasileira”. A crítica incide na regulamentação da Internet através do Código Penal, antes mesmo de haver qualquer regulamentação civil para o meio.

A proposta, apesar do grande número delas tramitando no Congresso, foi a que ficou mais conhecida entre os internautas. Sua popularidade deve-se à polêmica diante de parte da redação do projeto que o fez ser amplamente questionado por ciberativistas. Para Lemos, “as penas apresentadas são muito severas e os tipos legais são muito amplos”. Isto significa que a redação dos artigos não são específicas e por esta razão podem contemplar condutas comuns à rede como sendo crimes que devem ser punidos de forma muito rígida.

³³ A lista é constantemente atualizada pelo estudante de Engenharia de Produção Rodrigo Veleda e está disponível no *blog* Trezentos: <http://www.trezentos.blog.br/?p=3763>. Acesso em 04 de janeiro de 2010.

³⁴ Esta informação foi retirada de uma discussão realizada em formato de podcast entre Ronaldo Lemos, Sérgio Amadeu da Silveira, Jomar Silva e Juliano Spyer sobre o PL do senador Eduardo Azeredo. Desta maneira, seguirão citações dos autores elencados no decorrer da pesquisa cuja fonte é o *podcast* disponível em: http://talkshow.podomatic.com/entry/2009-05-28T14_06_23-07_00

Preocupada, a população tem se organizado e, dentre outras ações, realizaram passeatas, protestos em *blogs*, redes sociais, outros espaços da rede e fora dela. Tamanha mobilização gerou repercussão em *sites* especializados e noticiosos. Jomar Silva³⁵ explica que no momento da discussão da aprovação ou rejeição da Lei Azeredo pelo Senado Federal, a mídia tradicional adotou uma postura clara de “demonizar” a Internet, colocando-a como um meio repleto de mazelas sociais. O autor reforça que se tornaram recorrentes matérias jornalísticas voltadas aos crimes na rede, desde roubos de senhas de bancos à pedofilia, vídeos expondo a vida privada dos indivíduos, bem como apreensões de produtos piratas, entre outros.

Para Jomar Silva, ao tratar exclusivamente de um aspecto da Internet – o negativo – é possível que haja uma distorção do que ela é de fato e, assim, suas potencialidades podem ser minimizadas frente a um determinado público. A falta de conhecimento de parte da população sobre as características positivas da Internet é capaz de fazer com que ela seja analisada sob o ponto de vista do preconceito. O autor reforça que a Internet é um espaço público de convivência entre os indivíduos e por esta razão está passível dos problemas que já existiam em qualquer ambiente de relacionamento entre indivíduos anterior à rede:

O problema dessa visão é que ela apela muito para as parcelas mais conservadoras da sociedade brasileira que ouvem este tipo de alarmismo e acabam se aliando a interesses que muitas vezes não são nem o interesse delas. E aí abre espaço para colocar na agenda, por exemplo, interesses privados, interesses das indústrias de *copyright*³⁶.

Dentre os materiais dos meios de comunicação tradicionais, a jornalista Juliana Carpanez (2009), do portal de notícias G1, publicou uma reportagem explicando a insistência da sociedade civil organizada pelo veto da Lei Azeredo. Houve uma tentativa de analisar a situação, demonstrando os dois discursos – os que defendem o projeto e aqueles que são contra – e em que medida um se contrapõe ao outro³⁷. Carpanez (2009) traz a fala do Senador Azeredo defendendo a tese de que “não haverá nenhum impacto para aqueles que usam o computador para fins normais”. A afirmativa, porém, é amplamente questionada,

³⁵ Idem

³⁶ Idem

³⁷ A matéria foi publicada no dia 21 de julho de 2009, apenas alguns dias após o projeto ser aprovado no Senado e pode ser acessada através deste endereço: <http://g1.globo.com/Noticias/Tecnologia/0,,MUL651929-6174,00-ENTENDA+A+POLEMICA+SOBRE+O+IMPACTO+DA+LEI+DE+CRIMES+CIBERNETICOS.html>

especialmente quando se coloca em questão o que o Senador entende como uma conduta “normal” no uso da Internet.

Entre as ações dos ciberativistas contra o projeto, destacamos o abaixo assinado³⁸ *online* que possibilitou com que internautas de todo o país não apenas assinassem concordando com o que já fora exposto, mas, sobretudo, opinassem a respeito do PL e os impactos que este provocaria no caso de ser sancionado. É importante ressaltar que o pedido pelo veto aplica-se ao “projeto Substitutivo do Senador Eduardo Azeredo ao projeto de Lei da Câmara 89/2003, e Projetos de Lei do Senado n. 137/2000, e n. 76/2000”.

Redigidas pelos pesquisadores Sérgio Amadeu da Silveira e André Lemos e pelo consultor de negócios em mídias sociais João Carlos Rebello Caribé, as justificativas para o veto do projeto não ultrapassam uma página, mas apresentam dados relevantes para o debate sobre a vigilância e a regulamentação da Internet no Brasil.

O documento baseia os seus argumentos no esclarecimento do que é a rede e o que ela representa na atualidade para os processos de produção, criação e compartilhamento de conteúdos. Em seguida, a justificativa para a discordância do PL do Senador Azeredo traz dados do uso da Internet no Brasil e o papel que ela vem ocupando no cotidiano dos brasileiros, especialmente nos campos da educação e emprego como forma de demonstrar a necessidade de mantê-la livre.

Os redatores do abaixo assinado entendem que o fato de os brasileiros já somarem mais de “22 milhões de usuários” e de serem os internautas que passam mais tempo navegando são dados que merecem atenção. Salientamos que o número de indivíduos conectados refere-se aos que utilizam a Internet em suas residências. Por ter sido escrito ainda em 2008, o número, ainda que expressivo já se encontra desatualizado. Segundo dados do Ibope Nielsen Online (2009), em julho, o número de internautas no Brasil chegou a quase 65 milhões e os que acessam a rede em casa ou no trabalho chegou a 44,5 milhões.

Além dos números, a qualidade da navegabilidade também é exposta no texto da petição: “[...] notem que as categorias que mais crescem são, justamente, ‘Educação e Carreira’, ou seja, acesso à sites educacionais e profissionais. Devemos assim, estimular o uso e a democratização da Internet no Brasil. Necessitamos fazer crescer a rede, e não travá-la”.

³⁸ O abaixo assinado pelo veto do Projeto de Lei proposto pelo Senador Eduardo Azeredo circula desde 2008 e está disponível em <http://www.petitiononline.com/veto2008/petition.html>.

O documento discorre ainda a respeito dos pontos do PL que parecem ser controversos ou dão margem para interpretações capazes de tornar cada usuário da Internet um potencial criminoso. Neste sentido, o projeto apresenta uma proposta que, segundo os redatores do abaixo assinado e os mais de 150 mil internautas que o endossou, “quer bloquear o uso de redes P2P, quer liquidar com o avanço das redes de conexão abertas (Wi-Fi) e quer exigir que todos os provedores de acesso à Internet se tornem delatores de seus usuários, colocando cada um como provável criminoso”.

Um dos fragmentos de maior controvérsia e mais exposto pela mídia tradicional encontra-se no artigo 285-B. Sabe-se que a redação de uma Lei no Brasil exige o maior esclarecimento possível, já que é exclusivamente diante do que foi redigido que as decisões são tomadas. No caso de não haver normas escritas tratando de um determinado assunto ou delas não estarem redigidas de forma clara é que se dá margem à criação da jurisprudência. Uma má redação pode provocar uma interpretação equivocada por parte do meio jurídico dificultando o cumprimento da Lei ou estabelecendo-a de forma arbitrária. Outro fator passível de ocorrer é a norma cair em desuso: “pelo dinamismo da rede, pode haver uma rápida obsolescência na legislação gerada: regulamentações antigas caem em desuso muito rapidamente” (GETSCHKO, 2008).

Corre-se o risco de cometer o equívoco de uma Lei já nascer sem efeitos práticos ou em desconformidade com a realidade. Segundo consta no artigo 285-B da chamada Lei Azeredo, seria crime “obter ou transferir, sem autorização ou em desconformidade com autorização do legítimo titular da rede de computadores, dispositivo de comunicação ou sistema informatizado, protegidos por expressa restrição de acesso, dado ou informação neles disponível³⁹”. Diante do trecho transcrito, seguem as possibilidades de má interpretação do projeto, caso este seja transformado em Lei e aplicado às práticas hoje rotineiras na Internet. Por esta razão, o texto da petição esclarece:

O simples ato de acessar um site já seria um crime por “cópia sem pedir autorização” na memória “viva” (RAM) temporária do computador. Deveríamos considerar todos os browsers ilegais por criarem caches de páginas sem pedir autorização, e sem mesmo avisar ao mais comum dos usuários que eles estão copiando. Citar um trecho de uma matéria de um jornal ou outra publicação on-line em um blog, também seria crime. O projeto, se aprovado, colocaria a prática do “blogging” na ilegalidade, bem

³⁹ Os substitutivos aprovados pelo Senado Federal podem ser acessados pelo público e está disponível neste endereço: <http://www.senado.gov.br/comunica/agencia/pags/01.html>. Acesso em 5 de janeiro de 2010.

como as máquinas de busca, já que elas copiam trechos de sites e blogs sem pedir autorização de ninguém!

Outro aspecto que vem sendo sistematicamente questionado diz respeito ao encarecimento da disponibilização gratuita ou de baixo custo da Internet para que a vigilância seja tecnicamente viável. O alto investimento que um estabelecimento teria que dispor para adquirir os mecanismos de armazenamento de logs⁴⁰ impossibilitaria, por exemplo, que *shoppings* tivessem espaços de *wi-fi* gratuito, como lembra Jomar Silva, telecentros se firmassem como ambientes de inclusão digital, como explica Silveira e, consecutivamente, as *lan houses* teriam que aumentar significativamente o valor de uma hora de acesso.

Um grupo de pesquisadores da Fundação Getúlio Vargas (FGV) se debruçou sobre os artigos que apresentaram redações controversas e realizaram um estudo propondo alterações na Lei Azeredo com o objetivo de tornar o projeto compatível com a realidade do uso da Internet no Brasil. No caso do controverso artigo 285-B, a sua redação tornou-se mais específica:

Nos crimes definidos neste Capítulo somente se procede mediante queixa, salvo se o crime é cometido contra a União, Estados, Distrito Federal, Municípios, empresas concessionárias de serviços públicos, agências reguladoras, fundações, autarquias, empresas públicas ou sociedade de economia mista e subsidiárias (LEMOS *et al*, 2009, p.8).

Os crimes que o artigo 285-B se refere dizem respeito às infrações cometidas contra a segurança dos sistemas informatizados (invasão de redes, dispositivos de comunicação como *e-mail*, programas de envio de mensagens instantâneas etc). A proposta trata a infração como deve ser: uma exceção e não uma regra, visto que, na primeira redação do projeto, o fato de ter que dispor de mecanismos de vigilância em todo e qualquer estabelecimento com acesso à Internet, pressupõe que qualquer indivíduo está disposto a praticar crimes a qualquer momento. Para Silveira (2009c), há uma incoerência neste discurso. Segundo o autor, “há algum tempo, mais da metade do tráfego da internet é de redes p2p, é de redistribuir e compartilhar arquivos, isso é feito por pessoas comuns. Não é possível

⁴⁰ Segundo o Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI.br), logs “são registros de atividades gerados por programas de computador”. O projeto de Lei do Senado Azeredo prevê que os logs dos usuários da Internet em *shoppings*, cafés e *lan houses* sejam armazenados para consulta posterior das atividades dos internautas na rede, em uma pressuposição de mau uso desta, tornando a exceção, regra.

dizer que 40 milhões de pessoas são criminosas porque compartilham música e vídeo”. Quando quase metade da população é vista como criminosa, há algo de errado e provavelmente não é a conduta, mas a forma de regulá-la.

Para Lemos *et al* (2009), não há justificativa em iniciar um processo de regulamentação da Internet pela via penal. Os autores retomam a explicação de que o PL usou como referência a Convenção de Cibercrimes que não obteve a adesão de praticamente nenhum país latinoamericano ou das nações em desenvolvimento.

A experiência que se assistiu no mundo foram os países desenvolvidos adotarem a Convenção após estabelecerem a regulamentação da Internet do ponto de vista civil: “o Brasil agora segue a via inversa: está criando, primeiro, punições criminais, sem antes regulamentar técnica e civilmente a Internet” (LEMOS *et al*, 2009, p.4).

Interessante observar que, também no Brasil, há a forte tendência à criminalização do usuário, contudo as empresas parecem se isentar da responsabilidade. Jomar Silva (2009) nos chama atenção para um dado curioso. Apesar da insistente campanha contra a pirataria nos meios de comunicação tradicionais e da “informação” concedida à população sobre os malefícios de tal prática, a conexão banda larga no país ainda é vendida sob a bandeira de poder baixar vídeos e músicas mais rapidamente ou em maior quantidade.

O autor questiona: como é possível e viável que a banda larga (uma das mais caras do mundo, é bom frisar) possa falar de aumentar o número de *download* de músicas e filmes se, na prática, o usuário, de acordo com a Lei, está impedido a realizar tal prática? Acrescentamos então: não caberia, ao menos, um texto legal, informando o internauta de que os *downloads* não podem ser realizados em qualquer ambiente da Internet, por se tratar em diversos casos de uma conduta ilícita?

Ainda sobre o PL de Eduardo Azeredo, este foi inicialmente direcionado ao Senado. Contudo, diante da aprovação nessa instância na noite de nove de julho de 2009, os apelos dos ciberativistas se dirigiram à Câmara dos Deputados. Lemos (2009) acredita que a aprovação do projeto se deu pelo fato dele ter sido “vendido” no Senado como sendo um código para combater crimes de pedofilia, o que seria, segundo o autor, uma inverdade.

A discussão, entretanto, se manteve na Internet e os protestos não cessaram. Foram realizadas passeatas, encontros, *buttons* foram espalhados por *blog*, *site* e mantiveram discussões em fóruns. O projeto ganhou o apelido de “AI-5 digital”, em referência ao Ato

Institucional de 1969 que, durante o período da ditadura, enrijeceu ainda mais as penas com o claro objetivo de conter a liberdade de expressão no país.

O próprio Presidente da República Luís Inácio da Silva (2009) declarou que o projeto do Senador Azeredo era uma forma de censura. A fala do Presidente ocorreu em junho de 2009 em sua participação na décima edição do Fórum Internacional de *Software Livre* (fis10). Lula (2009) afirma que “essa Lei que está aí não visa corrigir abusos na Internet. Ela, na verdade, quer fazer censura. E o que nós precisamos é [...] responsabilizar as pessoas que trabalham com a questão digital, mas não proibir ou condenar”.

Quatro meses após a aprovação do substitutivo de Eduardo Azeredo no Senado Federal, o Ministério da Justiça (MJ), em parceria com a FGV (Direito Rio) e com o apoio do Ministério da Cultura (MinC) e a Rede Nacional de Ensino e Pesquisa (RNP), instaurou uma consulta pública para a elaboração de uma legislação específica para a Internet no país que foi denominada de Marco Regulatório Civil para a Internet, ou simplesmente, marco civil.

Para alguns políticos e ciberativistas, a proposta do Governo foi uma resposta à mobilização da sociedade diante da demonstração de discordância em relação ao rumo que a regulamentação da Internet poderia tomar no caso de a Lei Azeredo ser aprovada em todas as instâncias⁴¹. Conforme o deputado Paulo Teixeira, do PT, “foi pela internet que a sociedade civil se manifestou e se organizou em atos como o Mega Não ao projeto Azeredo” (BRANCO, 2009). O objetivo do marco regulatório civil é “determinar de forma clara direitos e responsabilidades relativas à utilização dos meios digitais. O foco, portanto, é o estabelecimento de uma legislação que garanta direitos, e não uma norma que restrinja liberdades”⁴².

O projeto do marco civil foi dividido em duas etapas, tendo cada uma delas a duração de 45 dias. No primeiro momento, foram recolhidas as opiniões e colaborações da população sobre os temas abordados em um texto-base. Os cidadãos podiam opinar sobre parágrafos ou temas específicos de tal documento. O mecanismo de contato entre a sociedade e o Governo foi o portal culturadigital.br que funciona como um aglutinador de blogs, rede social e fóruns de discussão.

⁴¹ No Brasil, para que um Projeto de Lei se torne, de fato, uma Lei, é necessário que ele seja aprovado pela Câmara, Senado e em seguida receba o aval do Presidente da República. Caso este último não endosse o PL, este volta ao Senado e à Câmara e caberá aos legisladores aprová-lo ou não. Neste sentido, o papel do Presidente é mais político do que decisório.

⁴² Texto oficial sobre o marco civil. Pode ser acessado no seguinte endereço: <http://culturadigital.br/marcocivil/sobre/>. Acesso em 6 de janeiro de 2010.

Também foi disponibilizado um perfil no *Twitter* (@marcocivil) que informa a população sobre o processo. Caso houvesse o interesse em dar a sua sugestão por esta via, bastava usar a *hashtag*⁴³ #marcocivil e fazer o seu comentário. A segunda etapa utilizou a mesma metodologia da primeira. A diferença é que o debate ocorreu em torno da minuta de anteprojeto de Lei.

A página oficial da proposta esclarece, no entanto, que “a discussão não abrangerá de forma aprofundada temas que vêm sendo discutidos em outros foros e/ou que extrapolam a questão da internet, como direitos autorais, crimes virtuais, comunicação eletrônica de massa e regulamentação de telecomunicações, dentre outros⁴⁴”.

O objetivo é lançar uma proposta de PL construída colaborativamente em março deste ano. O gerente de cultura digital do MinC, José Murilo Jr., da Secretaria de Políticas Culturais, postula que “fomentar esta reflexão ampla se valendo dos modelos de debate e colaboração nativos da rede pode viabilizar modelos de coordenação pública descentralizada capazes de criar soluções inovadoras para as questões apresentadas pelo século 21” (BIONDI, 2009). A expectativa é que, diante de um PL construído mediante a participação efetiva da sociedade, a regulamentação da Internet por meio de projetos como o do Senador Eduardo Azeredo seja revista.

3.2.3 A regulamentação dos usos da Internet no mundo

As questões relativas à regulamentação da Internet têm mobilizado os governos de diversos países. Os destaques na mídia internacional se dão tanto por decisões tomadas em territórios específicos como também situações em que a territorialidade não parece ser assim tão clara.

Assim como o *Napster* de Shaw Fanning provocou o mundo há dez anos, recentemente o *site* de indexação de arquivos *torrent*⁴⁵ *The Pirate Bay* (TPB) reacendeu a discussão do compartilhamento de conteúdos na Internet. O TPB foi criado ainda em 2004

⁴³ A *hashtag* funciona como uma espécie de palavra-chave capaz de agregar em uma página, toda a discussão sobre o assunto em que ela esteja sendo utilizada.

⁴⁴ Ver nota 39.

⁴⁵ Por *bit torrent* (ou simplesmente *torrent*) entende-se um protocolo de rede capaz de permitir ao usuário realizar *download* de arquivos indexados em sites (CGI.br, 2008).

pela associação sueca *anticopyright Piratbyrån*, mas logo em seguida tornou-se uma organização independente. Os fundadores do *Pirate Bay* são Frederik Neij, Gottfrid Svartholm Warg, Carl Lundstrom e Peter Sunde.

A facilidade do TPB em manter as suas atividades durante cinco anos deveu-se especialmente ao fato de que, na Suécia, a indexação de arquivos não é uma atividade ilegal. A adesão dos internautas ao serviço no mundo todo, porém, fez com que o governo sueco sofresse forte pressão política e econômica para impedir as atividades do grupo, incluindo até represálias da Organização Mundial do Comércio (OMC)⁴⁶. Além da fama pelo serviço prestado aos internautas, o TPB ficou conhecido também por responder ironicamente aos departamentos jurídicos das empresas que de alguma maneira se sentiram prejudicadas com as atividades de compartilhamento de arquivos propiciadas pelo *Pirate Bay*.

Definido por Silveira (2009) como nada mais do que um “google” de arquivos a serem trocados na rede, a justiça sueca não teve o mesmo entendimento. Com cerca de 22 milhões de usuários em todo o mundo, o julgamento do TPB foi acompanhado pela mídia tradicional e *sites* especializados de diversos países.

Os membros do TPB foram condenados em 17 de abril de 2009 por violação de direitos autorais a uma pena de um ano de prisão e o pagamento do equivalente a U\$ 3,6 milhões a empresas como a *Sony* e a *Warner Bros*. Menos de uma semana depois da condenação (que não se tratava de uma decisão de última instância), o juiz do caso, Tomas Norström, teve sua isenção no julgamento questionada.

Por fazer parte de duas organizações de defesa dos direitos autorais, alguns advogados suecos compreenderam que Norström poderia apresentar uma tendência à condenação dos fundadores do TPB ou, no mínimo, representar um conflito de interesses. Em junho do mesmo ano, porém, a corte sueca finalizou o caso decidindo que não houve nenhum comportamento tendencioso por parte do juiz (G1, 2009).

Mesmo diante da condenação, os fundadores do TPB mantiveram o *site* em atividade e continuaram a incitar os internautas para que eles mantivessem a prática de compartilhamento de dados na Internet. Em visita ao Brasil, na fis110, Peter Sunde (2009) falou sobre a prática de *download* e *upload* em coletiva de imprensa: “todo mundo deveria ter

⁴⁶ Sobre o TPB e as pressões sofridas pelo governo sueco, um documentário foi realizado antes mesmo do seu julgamento em 2009. Tratamos da questão neste trabalho na página 42.

o direito de baixar o quanto e o que quiser, seja para qualquer finalidade, comercial ou não. O público já decidiu que não deseja pagar nada pelo conteúdo”.

Apesar de demonstrar uma postura de defesa das atividades do TPB ao longo dos cinco anos em que o *site* esteve em atividade, apenas quatro dias depois de sua aparição no Brasil, a mídia tradicional em todo mundo anuncia a venda do *Pirate Bay* por US\$ 3,4 milhões, praticamente o valor da multa determinada pela Lei sueca. A empresa desenvolvedora de *software* Global Gaming Factory X AB (GGF) foi a compradora. O valor é notadamente abaixo da expectativa, tamanha a visibilidade e o número de acessos ao *site*.

Na ocasião, foi publicada uma declaração no *blog* oficial do TPB (2009) afirmando que a venda foi a forma encontrada de manter o *site* em funcionamento: “*We’ve been working on this project for many years. It’s time to invite more people into the project, in a way that is secure and safe for everybody. We need that, or the site will die. And letting TPB die is the last thing that is allowed to happen!*”⁴⁷.

O CEO da GGF Hans Pandeya declarou que a idéia da empresa é implementar um modelo de compartilhamento no qual tanto os detentores do *copyright* quanto os provedores de Internet recebam pelo conteúdo baixado (PAVARIN, 2009a). A notícia, apesar de, a princípio, agradar a indústria da intermediação e ampliar as expectativas de quem pretende assistir a uma regulamentação sem atritos, provocou outro movimento pró-downloads e liberdade na Internet ao redor do mundo.

3.2.4 Índícios de institucionalização da pirataria

Consequente à condenação do TPB ocorreu um fato inusitado: a pirataria enquanto organização formal parece ter se fortalecido. O *pirat partiet* (ou partido pirata), fundado por Rickard Falkvinge iniciou as suas atividade em 2006, também na Suécia. A coincidência não está apenas no país: o partido surgiu como uma reação a ataques ao *Pirate Bay*. Hoje a organização já forma um coletivo com representação em cerca de 40 países, entre eles o Brasil, que se auto-intitula *Pirates Parties International* (PPI)⁴⁸. É válido ressaltar que apesar

⁴⁷ “Nós temos trabalhado neste projeto há alguns anos. É hora de convidar mais pessoas a se inserirem no projeto, de maneira que seja segura para todos. Nós precisamos disto, ou o site vai morrer. E deixar o TPB morrer é a última coisa que deixaríamos acontecer” (tradução livre).

⁴⁸ O endereço do *site* do coletivo PPI é <http://www.pp-international.net/>.

de tamanha presença no mundo, apenas em sete desses países o “movimento” foi registrado como partido político com direitos plenos.

No mesmo dia da condenação do TPB, o partido sueco teve 16 mil filiações, mais do que as 15 mil que já possuía até então (DUARTE, 2009). Isto demonstra que o julgamento do *Pirate Bay* ampliou a necessidade já latente de discutir as questões que envolvem a troca de arquivos, os direitos autorais e a vigilância na rede. Em seguida, ocorreram as eleições no país. O partido pirata foi o quinto mais votado – recebeu 200 mil votos – e ocupa duas das 18 cadeiras do Parlamento da União Européia destinadas a Suécia (DUARTE, 2009).

O coletivo PPI revela um evento interessante no que diz respeito à organização social que é o retorno da juventude às discussões relacionadas à política. Para o vice-presidente do partido e um dos representantes do partido no Parlamento Christian Engstrom, o comparecimento dos jovens às urnas foi essencial para a conquista: cerca de 19% dos eleitores com idade inferior a 30 anos votaram na legenda.

A segunda representante se chama Amelia Andersdotter e tem apenas 22 anos, sendo a mais jovem de todo o Parlamento. Em visita ao Brasil, Andersdotter criticou a postura do país em relação à mudança de *copyright*. Para ela, o Brasil ainda não está sendo radical o suficiente, se limitando a um tratado internacional proposto pela OMC que estabelece alguns padrões para o direito autoral (FELITTI, 2009).

Outro dos aspectos merecedores de destaque revela-se na alteração de conduta frente à arbitrariedade de denominar “pirata” as práticas usuais de compartilhamento de materiais. Se “pirataria” era visto até então com o caráter pejorativo, de conduta inadequada e criminosa frente à sociedade, neste momento a expressão sofre um processo de ressignificação na medida em que os próprios interagentes se autodenominam “piratas” e chamam para uma discussão nas instâncias de poder da sociedade civil, como é o caso dos espaços políticos.

No *site* do Partido Pirata do Brasil eles se autodenominam uma organização que atua em defesa do acesso à informação, do compartilhamento, da privacidade dos indivíduos e da transparência na gestão pública e completam: “não acreditamos na ‘propriedade intelectual’ e entendemos que sua defesa no âmbito digital implica no controle dos cidadãos e na supressão dos direitos civis e liberdades individuais fundamentais”⁴⁹.

⁴⁹ www.partidopirata.org.br

A pirataria, portanto, é percebida como um ato de liberdade e em nenhum momento apela-se à questão da infração às Leis. A justificativa para a utilização do rótulo “pirata” reside no fato de que eles entendem o termo como portador de uma cultura livre e que, similar à figura do anti-herói, eram os responsáveis por fazer “circular as riquezas saqueadas das Américas quebrando o monopólio colônia-metrópole”⁵⁰.

O Partido Pirata do Brasil não considera o camelô um pirata, pois dissocia completamente a prática ao lucro. Consideramos uma incoerência no discurso, sobretudo no que diz respeito à democratização de acesso a produtos culturais, pois partem do pressuposto do acesso para o cidadão conectado, como se fosse a única categoria existente, em especial em um país em desenvolvimento como é o nosso caso.

Outra incoerência facilmente detectável refere-se ao fato de que o Partido defende que o pirata no período das navegações não obteria lucro por trabalhar apenas com o escambo. Sabe-se que esta era a prática mercadológica dotada de valores como o lucro do período definido por mercantilismo que viabilizou, mais tarde, a existência do regime capitalista, de forma que não faz o menor sentido utilizar essa perspectiva de análise.

Mesmo diante dos problemas na justificativa da terminologia pirata, consideramos a presença de um partido com esse nome e com o claro objetivo de institucionalizar-se um exemplo claro de como os indivíduos não têm se autodenominado “pirata” pelas mesmas razões imprimidas pela indústria.

Se adentrarmos no terceiro ambiente onde a pirataria encontra-se em conflito – a Lei – verifica-se a adoção de uma nova postura frente aos julgamentos, postura esta, aliás, calcada no bom senso. Em decisão inédita no Brasil, o Tribunal de Justiça de São Paulo (TJ-SP) impediu a cobrança de *royalties* a uma boate do interior do estado (TOMAZELA, 2010).

Para o advogado do caso Jaime Rodrigues de Almeida Neto, “o tribunal paulista deu um importante sinal de que apesar de haver discussão sobre os valores a serem pagos pelos direitos autorais, isso não significa que haja crime, devendo a questão ficar circunscrita ao âmbito civil”.

A arrecadação de direitos autorais no Brasil é feita por um órgão específico, o Escritório Central de Arrecadação e Distribuição (Ecad). Este, no intuito de aplicar a Lei de forma autoritária tem sido também alvo de severas críticas por parte de movimentos como é o

caso do Música para Baixar (MPB) que defende que não deve ser cobrado pela execução de músicas em rádios comunitárias e projetos sociais⁵¹.

Contudo, infelizmente a decisão tomada pelo TJ-SP ainda é exceção. Mais comum é ver ações como o fechamento da comunidade *Discografias* que funcionava no *Orkut* e servia aos internautas os endereços para o *download* de músicas (PAVARIN, 2009b). A razão disto reside no *lobby* que está por trás das decisões realizado pela Associação Anti-Pirataria Cinema e Música (APCM) que representa marcas como a *Disney*, *Globo*, *Sony*, *Universal*, entre outras.

Naturalmente, o caminho a percorrer na busca de uma regulamentação da Internet que possibilite ao interagente uma autonomia frente aos conteúdos compartilhados na rede ainda é longo. Se por um lado verificamos uma retomada da sociedade civil às discussões relativas ao caso, exigindo que as normas não limitem as potencialidades da Internet, por outro, alguns governos e empresas ainda adotam o discurso do que eles próprios denominam de indústria do *copyright*. Esta, nada mais é do que os aparatos de mediação que são estabelecidos na sociedade e que acabam por determinar o que deve ou não ser visto, ouvido ou publicado.

Enquanto a sociedade se organiza com o objetivo de estabelecer uma regulamentação mais flexível no que se refere às questões relativas ao direito autoral, empresas e nações também se reúnem com o objetivo de manter rígida a proteção sobre os produtos culturais. O Acordo Comercial Anti-Pirataria (Acta, do inglês *Anti-Counterfeiting Trade Agreement*) está em processo de discussão e tem como membros as maiores economias do mundo, segundo o PPI⁵².

De acordo com diversas instituições do mundo que versam sobre o direito digital, o Acta já começa equivocado na medida em que suas reuniões são feitas sem o debate público e excluindo diversos interessados na discussão, a exemplo da Associação Européia de Provedores de Internet. O manifesto do PPI (2010) é ofensivo:

O ACTA assemelha-se muito a uma ditadura de corporações, ignorando completamente o desenvolvimento sustentável da sociedade, as liberdades civis e os processos adequados da democracia. Este tratado tem como objetivo implementar mudanças políticas extremas em nível mundial - sem a

⁵¹ www.musicaparabaixar.org

⁵² O manifesto contra o Acta pode ser encontrado no site do Partido Pirata do Brasil já traduzido para o português: <http://www.partidopirata.org/node/213>.

participação da comunidade global, nem mesmo daqueles cidadãos interessados que vivem em países envolvidos nas negociações ao redor do mundo!

Com o pretexto de ser uma espécie de arauto dos cidadãos, a indústria da intermediação acaba por servir os seus próprios interesses. Além do Acta, citamos como exemplos que se contrapõem os casos da Argentina e da França. Nestes países, as posturas dos governos demonstraram ser bem distintas no trato da violação de direitos autorais e o compartilhamento de arquivos. Na Argentina, há um órgão que tem o intuito de garantir os direitos do internauta, ao passo que na França foi aprovado um órgão que pretende tirar do ar os internautas que estejam utilizando o P2P para troca de dados na Internet (LEMOS, 2009).

3.2.5 Pirataria de produtos culturais

Para o desenvolvimento deste trabalho optamos por delimitar o uso da expressão pirataria quando esta aborda especificamente a cópia não autorizada de produtos culturais nas dinâmicas que envolvem o Ciberespaço. Descartamos plágios, falsificações bem como a noção de que só há a pirataria quando o agente tem por objetivo o lucro.

Entendemos que, apesar de confusa, a definição da prática por parte da IC não remete necessariamente ao lucro do pirata, mas a ausência de retorno financeiro para a grande indústria. Em outras palavras, a característica fundamental da pirataria para a indústria é ser um problema para o modelo de negócio em que os produtos culturais estão inseridos desde o reconhecimento destes enquanto objetos dotados de valor de mercado.

A questão incide, assim, nas perdas da indústria que, por sua vez pressiona o Estado (que também perde pelo não pagamento de impostos, é válido lembrar) a um modelo de vigilância mais incisivo. A relação entre o Estado e a indústria no sentido do primeiro garantir por meios legais as vantagens da segunda é um processo histórico natural. Nicolau Maquiavel (1997) em sua mais famosa obra, *O Príncipe*, lembra as dificuldades de um chefe de Estado, caso este queira “estabelecer novas ordens” diante de um modelo sob o qual um determinado grupo possui vantagens e justifica:

Isso porque o introdutor tem por inimigos todos aqueles que obtinham vantagens com as velhas instituições e encontra fracos defensores naqueles que das novas ordens se beneficiam. Esta fraqueza nasce, parte por medo dos adversários que ainda têm as leis conformes a seus interesses, parte pela incredulidade dos homens: estes, em verdade, não crêem nas inovações se não as vêm resultar de uma firme experiência. Donde decorre que a qualquer momento em que os inimigos tenham oportunidade de atacar, o fazem com calor de sectários, enquanto os outros defendem fracamente, de forma que ao lado deles se corre sério perigo (MAQUIAVEL, 1997, p.25).

O pensamento de Maquiavel aplica-se facilmente à questão que estamos tratando no decorrer de nossa pesquisa. A defesa de uma nova estruturação de direitos autorais e proteção às obras culturais é realizada por grupos que se inserem em uma lógica produtiva de um ambiente social específico. Isto quer dizer que, por mais que tenha suas raízes na construção coletiva do conhecimento que fundou as bases das sociedades humanas, tal estrutura não se estabeleceu como dominante em termos de poderio econômico.

Neste sentido, parece-nos claro que condutas com motivações e orientações distintas acabam por serem definidas sob o rótulo da pirataria. Nosso objetivo consiste em apresentar as dinâmicas sociais que levam um indivíduo a realizar uma conduta capaz de ser compreendida como pirataria. Para tanto, procuramos as diferentes faces que a prática adquire nos ambientes midiáticos que compõem as estruturas da Cibercultura.

Para uma melhor estruturação dos nossos argumentos dois aspectos merecem ser considerados. O primeiro deles diz respeito à comercialização das obras. Claramente trata-se da reprodução e venda de qualquer obra cujo objetivo final é o lucro. Apesar de o comércio não ser necessariamente feito na própria Internet, é a partir dela que o acesso a tais produtos é possível.

Reforçamos que a pirataria não envolve única e exclusivamente a motivação de lucro direto diante da cópia da obra. É possível ao usuário realizar uma cópia para si próprio, bem como ver um vídeo disponibilizado no *YouTube* que, a princípio seria protegido por direitos autorais e a indústria ainda assim rotular seu comportamento como pirataria.

A razão que leva o indivíduo ao consumo da cópia é variável. Assim como o interesse da comercialização da cópia é o lucro, há os que consomem tais produtos por estarem abaixo do preço e, portanto, compartilham da mesma motivação com o vendedor. Há, no entanto, obras que eram de difícil acesso até estarem disponíveis na rede, de forma que recorrer ao “pirata” é a única maneira de entrar em contato com o produto.

E, finalmente, há ainda a dificuldade de acesso do público em relação aos produtos culturais. Neste caso, não estamos tratando das pessoas que têm a opção de ir ao cinema ou comprar um filme no comércio informal, mas daqueles que só terão acesso às obras se estas forem adquiridas por meio da pirataria.

Para esta parte da população, a pirataria pode ser entendida como um caminho para a inclusão social. Tanto é assim que mais uma vez destacamos a pesquisa feita no Brasil constatando que a pirataria não é vista com maus olhos pela maioria da população e a prática estaria associada ao mesmo princípio de Robin Hood⁵³, de extrair algo dos ricos para os pobres terem acesso. A diferença seria que, ao menos à primeira vista, o consumo da cópia não restringe o outro do acesso à obra.

O segundo aspecto que consideramos na nossa análise se refere ao comportamento que está associado ao compartilhamento de idéias. Neste caso, o objetivo da pirataria cópia não é obter lucro, mas unicamente levar uma determinada obra ao conhecimento de um maior número de pessoas.

Este comportamento pode ser compreendido como uma evolução da prática anterior de intercâmbio de vinis entre amigos ou de fazer cópias das faixas do disco em fita cassete para distribuir com pessoas que provavelmente teriam afinidade com aquele determinado tipo de música. A diferença reside na proporção dessas trocas, que atualmente se dão em escala global e são capazes de interferir diretamente no lucro das indústrias fonográfica e/ou cinematográfica. Além da difusão da obra, este comportamento é capaz de agregar os indivíduos a partir de interesses em comum por meio de redes sociais e grupos de discussão sobre o produto em questão, por exemplo.

Outro aspecto que surge com esse tipo de propagação da obra é a recriação dos produtos através de releituras capazes de desenvolver novos produtos. O canal de vídeo na internet *YouTube* é um excelente meio para disponibilizar este novo tipo de produção que se insere em uma necessidade de comunicação dos indivíduos e grupos sociais. Há uma necessidade de ressignificação dos conteúdos midiáticos desenvolvidos pelas indústrias que podem ser feitos de forma experimental, mas nem por isso o nível de audiência é prejudicado.

⁵³ BOECHAT, Ricardo; HERDY, Ronaldo. Atacado e varejo: livre pensar. In: *Istoé*. São Paulo, Ano 31, n° 2015, p.27, 18 de junho de 2008.

3.2.5.1 Tipos de piratas e de pirataria

Identificamos alguns tipos de pirataria envolvendo os aspectos da motivação, bem como da comercialização ou não da obra. Reforçamos que, apesar de estruturados em tópicos distintos, isto não significa que não possa haver uma relação entre os diferentes tipos e motivações. Também gostaríamos de destacar que tal tipificação não tem o objetivo de encerrar as discussões sobre a pirataria. Intenciona-se ampliar as perspectivas sobre a conduta para que seja possível uma análise mais detalhada das suas conseqüências, bem como refletir sobre o espaço ocupado na Cibercultura.

Por esta razão, apesar de termos identificado tipos, não nos propomos a nominá-los, mas, sobretudo a descrevê-los com o claro objetivo de demonstrar as diferentes possibilidades que a pirataria pode ser exercida e, por conseguinte, compreendida.

1) **Comércio informal:** trata-se da maneira mais visível de acesso ao produto pirata no Brasil. A presença dos ambulantes e barracas de camelôs nas ruas da cidade causa a sensação de descaso por parte das autoridades à problemática da pirataria, segundo a ótica dos brasileiros. Destacamos que apesar de não ser realizada na Internet, é a partir desta e dos suportes tecnológicos disponíveis que tal comércio se torna possível e viável. Observa-se que as fontes de acesso aos produtos da IC são variáveis. No caso de músicas, por exemplo, o agente tem acesso ao produto final e disponibiliza na rede, de onde vão ser realizadas as cópias, que por sua vez, serão inseridas em suportes e só então comercializadas. Quando tratamos de um filme, por exemplo, a captação em muitos casos é feita nas próprias salas de cinema e a partir daí seguem o mesmo percurso das canções. Recordamos ainda casos em que o filme foi disponibilizado antes mesmo de sua estréia – como a película nacional *Tropa de Elite* – e também situações em que o filme sequer havia sido finalizado, fato que ocorreu com *X-men Origem: Wolverine* (CANÔNICO, 2009) e logo foi parar nas bancas do comércio informal em todo o país.

2) **Indexação de arquivos:** refere-se à tentativa de organizar o conteúdo de forma que o usuário na rede encontre os produtos mais facilmente. Sites como *Napster*, *TPB* e a comunidade brasileira *Discografias* que funcionava no *Orkut* são exemplos de indexadores de arquivos na Internet. Não armazenam os documentos em si, apenas indicam *links* de

download de conteúdos disponíveis na rede. Ainda assim, até o momento, sites ou comunidades que vêm praticando esta conduta têm sido considerados piratas e são amplamente combatidos pela indústria. Todos os exemplos citados foram retirados do ar por ordem judicial.

3) **Exclusividade no conteúdo:** recentemente uma nova modalidade de pirataria tem emergido no Ciberespaço. Hackers invadem e-mails trocados entre artistas e produtores para copiar canções inéditas e vendê-las a preços mais altos do que as músicas já comercializadas e difundidas sob os selos das gravadoras. Destaca-se nestas ações o grupo de hackers *The Real Crystal Crew*, que garante ter versões raras de cantoras pop como Lady Gaga e Britney Spears. Para garantir a credibilidade do material, o grupo tem disponibilizado alguns trechos via *Messenger* para os possíveis compradores, afinal, as músicas têm valor inicial de 500 dólares e este preço aumenta na medida em que há maior interesse por faixas específicas (MANGA, 2010).

4) **Disponibilização via *streaming*:** refere-se à disponibilização de conteúdos piratas para apreciação, mas que não são possíveis de serem baixados ou gravados, ao menos a princípio. Apesar de estar sendo visualizado como uma alternativa à pirataria, o *streaming* também pode servir a esta lógica. Verificamos este uso em rádios *online* como alternativa legal do usuário ter acesso a determinados produtos na rede sem violar os direitos autorais do artista, entretanto ocorre também de materiais serem publicados sem a devida autorização e, por mais que estejam em *streaming*, pode ser caracterizado como pirataria. O *YouTube* é um exemplo de plataforma que utiliza o sistema *streaming* e em alguns casos já foi solicitado que conteúdos protegidos por direitos autorais fossem retirados do ar. No Brasil, o canal de vídeos MofoTV teve suas atividades suspensas no *YouTube* a pedido da *Sony/BMG*, por ter disponibilizado uma apresentação da banda Skank no Domingão do Faustão na década de 1990 (ROCHA, 2009). A proposta do canal desenvolvido por José Marques Neto consistia em disponibilizar vídeos antigos que foram ao ar na TV brasileira. O canal que tem mais de mil vídeos e milhões de acessos apenas migrou de plataforma e segue suas atividades no *MySpace*.

5) **Processos de remixagem:** diz respeito à combinação de conteúdos protegidos por direitos autorais com o objetivo de criar um novo produto a partir desta prática. Diversos materiais são recombinaados e disponibilizados na Internet não apenas seguindo a mesma lógica de criação e produção, mas utilizando trechos de produtos culturais que não estão liberados para tal uso. O resultado são recriações que podem acabar por reafirmar a lógica capitalista e estética das indústrias da cultura (NOBRE e NICOLAU, 2010). Escolhemos a imagem abaixo (Figura 5) para exemplificar o que acabamos de expor. Ela foi retirada de um *trailer* desenvolvido, a partir da técnica de remixagem, por um fã do desenho animado *Thundercats*⁵⁴ que gostaria de ver a saga dos personagens contada nas telas do cinema. À esquerda está o ator Vin Diesel, no filme *A batalha de Riddick* (2004). Ao lado, a imagem alterada digitalmente para que o ator pudesse “encarnar” o personagem Panthro, do desenho *Thundercats*.



Figura 5 - Vin Diesel como Riddick (esq.) e Panthro (dir.).

Fontes: <http://www.youtube.com/watch?v=G61er2yvYc> e <http://www.youtube.com/watch?v=fb50GMmY5nk>, respectivamente.

Para a criação do *trailer*, filmes já existentes servem como base. Porém, o contexto original é ressignificado a partir de práticas recombinantes auxiliadas por *softwares* de edição de imagem. A remixagem, neste caso, além de reunir trechos de películas diversificadas, altera cada uma das cenas, o que em algumas situações faz com que o espectador não a associe diretamente à obra original. Reforçamos que ao final de sua “obra”, o *remixer* destaca que não se trata de um *trailer* real, apenas de um exercício. Ora, por mais que o ele explique sua intenção, é pouco provável que tenha uma autorização formal para

⁵⁴ *Thundercats* foi uma animação exibida no Brasil inicialmente em 1986. Mais tarde, a Panini lançou os gibis que contou com 25 edições e trabalhou com uma linguagem mais adulta.

exibir e/ou alterar as imagens desses *blockbusters*. Como destaca Jenkins (2008, p.183), “a web tem se tornado um local de participação do consumidor, que inclui muitas maneiras não autorizadas e não previstas de relação com o conteúdo midiático”. Para compor a análise, partimos do princípio de que só o fato dessas imagens estarem disponíveis na rede para este tipo de uso demonstra a falibilidade do controle dos meios de comunicação. Entretanto, apenas este fator não é suficiente para afirmar que este tipo de construção venha a ser uma conduta que provoca tensão entre a liberdade de elaborar conteúdos e a IC, pois utiliza a mesma estética e nela se referencia para a sua produção.

6) **Execução pública:** refere-se à atividade de executar publicamente uma obra sem a devida autorização. Neste caso, o lucro pode fazer parte do processo e advir diretamente do produto executado (no caso de exibição de um filme, por exemplo) ou este apenas fazer parte de uma ambientação, como no caso de uma boate que executa músicas sem a devida autorização ou sem o correto pagamento ao Ecad. Já citamos como exemplo o caso da decisão do TJ-SP em que o réu, dono de uma boate, não foi condenado a pagar royalties, pois o juiz defendeu que o ato não seria necessariamente um crime. Ainda assim há o entendimento de que se trata de uma conduta inadequada e que deve ser regulada de alguma maneira, ainda que não seja pela via criminal.

7) **Execução particular:** refere-se ao *download* ou cópia para o próprio uso. Sabe-se que há produtos em que é permitida uma única cópia com esse objetivo, como o caso do *software*, porém, no caso de *download* de jogos, músicas ou filmes, a situação é caracterizada como pirataria. Há ainda os casos em que é possível a cópia de trechos, mas não da obra completa como é o caso de livros. A LDA/98 versa apenas sobre a possibilidade de copiar pequenos trechos, contudo, como explica a Associação Brasileira de Direitos Reprográficos (ABDR), a lei não explicita como seria este recorte: “É importante frisar que pequeno trecho é um fragmento da obra que não contempla sua substância. [...] não se refere à extensão da reprodução, mas sim ao conteúdo reproduzido”⁵⁵. A incoerência continua quando verificamos que é permitido ao usuário fazer a cópia de trechos, mas não seria permitida a

⁵⁵ A explicação encontra-se no *site* da ABDR na seção “perguntas e respostas” e pode ser acessada através do *link*: http://www.abdr.org.br/site/perguntas_respostas.asp.

comercialização pelos donos de fotocopiadoras tão comuns nas universidades, apenas para citar um exemplo.

8) **Transferência de suporte:** diz respeito à transferência de dados de um CD/DVD/*blu-ray* ou qualquer outro dispositivo com conteúdos protegidos por direito autoral para um computador, *mp3 player* ou outro suporte. Isto significa que mesmo tendo adquirido um CD de músicas em uma loja, o usuário não pode transferir as canções para o seu computador ou outro *player*, caracterizando assim a violação de direito autoral e, conseqüentemente, a pirataria. Notadamente trata-se de uma incoerência e um descompasso com a noção de que os produtos culturais não estão mais vinculados a um suporte, senão a sua característica imaterial e fluida permitida por meio da linguagem digital.

9) **Difusão de conteúdo próprio:** pode confrontar a lógica produtiva no que diz respeito a sonegação de impostos bem como atingir diretamente a indústria da intermediação. No primeiro caso, apresenta-se como uma alternativa a quem não pode utilizar a estrutura e a logística dos grandes conglomerados e acaba por criar uma via alternativa no comércio dos camelôs. A banda Calypso é um exemplo bem sucedido do uso desta rede informal. Para promover o seu trabalho, a banda distribuía cópias em difusoras e ambulantes no Pará. Mais tarde, suas músicas foram reconhecidas em diversas partes do país e o Calypso tornou-se um sucesso de massa. O caminho da banda foi o inverso da maioria dos fenômenos da IC. Primeiro surge de forma independente e se faz conhecida do grande público para só então ser absorvida pelas instâncias de massa como a televisão e as rádios, por exemplo, em um processo que o apresentador Fausto Silva denominou de “pirataria institucionalizada” (CASTRO e LEMOS, 2008). O segundo caso se refere a casos em que os direitos autorais não são apenas do autor, mas também da gravadora ou editora. Citemos por exemplo o caso do escritor Paulo Coelho que já admitiu em entrevistas que facilita a pirataria de suas obras e mantém um *link* em seu site oficial para isto, o “Pirate Coelho”⁵⁶. Como explica o jornalista Brasil (2010), “no site, o escritor lembra que não detém os direitos autorais sobre as traduções e incentiva o internauta tanto a adquirir uma cópia legalizada ou, se for baixar o livro, distribuí-la gratuitamente em bibliotecas de cidades pequenas, hospitais e presídios”.

⁵⁶ O endereço ao qual nos referimos é o <http://paulocoelhoblog.com/pirate-coelho/>.

Ainda no que diz respeito aos direitos autorais relativos às obras literárias, estes também precisam ser reconsiderados, já que, recentemente, temos assistido a disponibilização de diversos suportes que prometem substituir o material impresso ao qual estamos acostumados a manusear. Apesar das tentativas de aproximação entre tais equipamentos e os livros, a digitalização possibilita novos recursos às obras, como pudemos verificar na ocasião do lançamento do *Kindle 2*.

Ele prometeu ser um aparelho de leitura onde é possível armazenar obras eletrônicas, antes disponibilizadas apenas no suporte impresso. No entanto, um recurso do *gadget* provocou polêmica entre os editores de livros, por não limitá-lo apenas ao padrão “normal” de uso. Para eles, o fato de o aparelho reproduzir o conteúdo do livro em uma espécie de “leitura robótica” seria considerado pirataria.

Em defesa dos direitos dos escritores dos EUA, Paulo Aitken, diretor-executivo do grupo de advocacia *Author's Guild*, explicou que o equipamento “não pode ler um livro em voz alta. É um direito de áudio, derivativo da lei de direito autoral” (MENDONÇA, 2009, p. 44). Se o assunto provocou controvérsia para os editores e escritores, essa declaração foi recebida como absurda pelos possíveis usuários e pelos fabricantes do *Kindle 2*, demonstrando que é preciso estabelecer limites mais claros e coerentes para a legislação.

Diante das formas de pirataria que identificamos, classificamos também os agentes desta prática, a partir das motivações que já detectamos como sendo parte do processo. Assim como as possibilidades de pirataria, a divisão dos piratas segue um esquema didático. Isto significa que não são descrições estanques, mas há possibilidades de entrelaçamento dos tipos. Ou seja, um mesmo indivíduo pode se encontrar em mais de uma das definições apresentadas, visto que a prática da pirataria envolve diversos fatores, desde o consumo à distribuição ou criação de uma obra.

Temos, portanto, a seguinte divisão proposta na tabela (TAB.1):

TABELA 1
Tipos de Piratas

| 1) O que vende | 2) O que disponibiliza | 3) O que (re)cria | 4) O que consome |
|---------------------------|---------------------------------------|--------------------------------------|--------------------------|
| Comércio informal | Indexação de arquivos | Processos de remixagem | Execução particular |
| Exclusividade no conteúdo | Disponibilização via <i>streaming</i> | Disponibilização de conteúdo próprio | Transferência de suporte |
| Execução pública | Execução pública | _____ | _____ |

Fonte – a autora

1) O indivíduo que vende: estes se inserem nas descrições da pirataria do comércio informal e da exclusividade no conteúdo, bem como em alguns casos de execução pública;

2) O indivíduo que disponibiliza: refere-se aqueles que se encaixam no perfil de indexação de arquivos, disponibilização via *streaming* e execução pública;

3) O indivíduo que (re)cria: corresponde ao usuário ativo nos processo de elaboração de conteúdos e pode ser encontrado nas formas de pirataria explicitadas em processos de remixagem e difusão de conteúdo próprio;

4) O indivíduo que consome: este apresenta uma maior complexidade na sua dinâmica. Pode ser compreendido por meio das formas de pirataria descritas na execução particular, na transferência de suporte e no “leitor”. Apresentam ainda distintas motivações para a sua ação, podendo adquirir um produto pirata

- a) por questão de preço: pode tanto ser por problemas financeiros quanto por compartilhar da mesma motivação do vendedor, ou seja, o lucro, a idéia de vantagem por estar adquirindo um produto mais barato;

- b) por questões ideológicas: estes podem ser exemplificados pelos membros de associações *anticopyright* que são contra a propriedade intelectual e, por esta razão, consomem o produto pirata;
- c) por dificuldades em encontrar a obra original que pode estar esgotada, por exemplo.
- d) por disponibilidade: é comum a navegação na rede levar por caminhos hipertextuais que não estavam previstos no início da atividade, de forma que, ao se deparar com determinados conteúdos, o indivíduo faça o *download* de um determinado filme, música ou série de TV, seja para conhecer a obra ou armazená-la em seu computador. É válido ressaltar que nem tudo que o usuário consome na rede ele necessariamente iria comprar no caso de não estar acessível para download. Assim, entendemos que determinados consumos se dão pela disponibilidade, o que não significa que houvesse uma decisão prévia de tal consumir algumas obras.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A produção de bens culturais é uma prática inerente ao desenvolvimento do indivíduo e da estrutura das sociedades. Da Modernidade até os dias atuais, percebe-se uma maior interferência no processo produtivo desses bens nos novos espaços de mediação que agregam as discussões da esfera pública. Nesse contexto, o lugar de fala dos indivíduos, mais do que determinado, é amplamente vigiado com a instauração do estatuto da autoria e da proteção das obras intelectuais a partir de estruturas de licenciamento que mais favorecem o intermediário do que o autor em si.

Com o produto cultural dotado de um valor de mercado e envolto por relações mercadológicas, além das sociais que já lhe ocupavam, a pirataria aparece como uma prática que vai além dos mares. Navega inicialmente pelas ondas do rádio e mais tarde pelo oceano digital do Ciberespaço, encontrando neste último um ambiente ideal para a manutenção de sua autonomia, dada a dificuldade em cartografar os fluxos e conexões da rede.

Revela-se então a relação conflituosa entre a Lei, que busca regular as relações propostas pela indústria e o usuário/interagente que emerge após um período de domínio da comunicação direcionada para uma massa, até então desconsiderando o indivíduo. Este, por sua vez, mantém o hábito de trocas de conteúdos em um grupo de interesses similares. A diferença reside nas proporções alcançadas no Ciberespaço e em como tal comportamento prosaico é essencial para a dinâmica e a emergência da Cibercultura.

Se a legislação brasileira não aponta nenhuma definição a respeito do que é pirataria, a indústria a apresenta como uma mazela social de proporções mundiais. Entretanto, a pirataria é revista e aponta para sistemas bem mais complexos do que poderia supor a vã filosofia da indústria do *copyright*. Se analisada sob o ponto de vista da indústria, revela-se não como uma prática que intenciona o lucro, mas, sobretudo, como uma conduta que interfere nos ganhos de um sistema pré-estabelecido que insiste em modelos de negócio incompatíveis com os hábitos de consumo atuais. O sistema de micropagamentos tem se revelado como uma das mais recentes alternativas da indústria, contudo só o tempo poderá afirmá-lo como uma consolidação de um novo sistema ou mais uma tentativa mal-sucedida.

Diante da exposição do que vem sendo tratado como pirataria, parece-nos claro que se o seu uso surge com o objetivo de criminalizar uma conduta capaz de incomodar os lucros da indústria, hoje aponta para um sistema de interesses bem mais complexo. A prática

envolve motivações distintas não somente entre os consumidores, como também entre os que disponibilizam o conteúdo pirateado, de forma que já faz parte dos processos de consumo midiático.

A pirataria claramente é ressignificada, na medida em que os próprios interagentes recorrem ao rótulo para definir as suas condutas, ignorando o caráter que a indústria pretende dar ao termo, e construindo a sua rede de significação. As questões relativas à acessibilidade também devem ser reconsideradas, pois a expressão assume propostas distintas. “Acesso” pode se referir tanto à necessidade de adquirir um produto já esgotado, ao conforto de assistir em casa a um filme que está em cartaz no cinema ou de reconhecer os indivíduos que só se relacionam com os produtos culturais mediante a cópia, devido ao alto valor taxado pelo mercado.

Parece-nos evidente que a pirataria, mais do que uma prática, é um processo que envolve a mediação e as tecnologias de informação e comunicação como aliados dada a potencialidade das trocas e a impossibilidade, cada vez mais latente, de controle e vigilância truculentos. Por outro lado, estas mesmas tecnologias são produzidas no seio de uma indústria que aprimora os seus sistemas de vigilância em modelos de sedução do indivíduo para os espaços vigiados.

Nesta perspectiva, os meios de comunicação se situam em um impasse e, assim como a Inteligência Coletiva, apresentam-se como um novo *pharmakon* (veneno e remédio ao mesmo tempo); boa para quem dela participa e má para a situação contrária (LÉVY, 1999). O fato é que, quando se trata do Ciberespaço, a autonomia dos indivíduos predispõe uma participação cada vez mais ativa e esta se apresenta mais uma vez como um *pharmakon*, sendo boa para os indivíduos e a produção cultural coletiva, e má para os que, durante um grande período da história da sociedade moderna, conseguiram limitar os usos dos ambientes midiáticos.

Ainda estamos em um processo transitório no que se refere às questões de produção e compartilhamento de produtos culturais possíveis na Internet. Contudo, já podemos afirmar a existência de uma nova cultura sendo forjada nessa rede fluida de novas relações. A Cibercultura encontra nas mais variadas formas de estar em contato com os conteúdos digitalizados uma nova forma de autonomia do indivíduo que reconfigura os usos dos bens culturais sob diversas motivações.

A tipificação que propomos aos piratas e à pirataria é apenas uma mostra da diversidade de práticas definidas sob a mesma denominação. Diante de tal categorização, parece óbvia tanto a dificuldade de estabelecer normas que a diferenciem como também a necessidade de que estas normas considerem os diferentes impactos que cada uma das condutas assume no contexto social.

É evidente a necessidade de reconhecimento do trabalho de produção cultural, contudo não é possível mantermos a estrutura de protecionismo que temos atualmente, impedindo o uso do que já foi criado com o intuito de desenvolver novas obras. Vemos, assim, que algumas práticas compreendidas como pirataria devem ser revistas, levando em conta os aspectos mercadológicos envolvidos, mas sem perder de vista os anseios dos usuários.

Há a necessidade evidente de fazer parte do processo de construção e elaboração da produção cultural humana nesse novo estágio da cultura conectada. As práticas mercadológicas devem continuar sendo consideradas, contudo, estas não podem impedir a estruturação do que Lévy (1999) afirma ser a maior característica da Cibercultura, a Inteligência Coletiva. Neste contexto, somos responsáveis pela emergência de uma inteligência que revela maior interesse nos conteúdos envolvidos na construção do conhecimento do que nos indivíduos que disponibilizaram tais informações.

REFERÊNCIAS

ADORNO, Theodor. **Indústria cultural e sociedade**. Seleção de textos Jorge Mattos Brito de Almeida. Trad. Julia Elizabeth Levy *et al.* São Paulo: Paz e Terra, 2002.

ALPHEN, Fernand. A morte anunciada do copyright. **Webinsider**, 2010. Disponível em <http://webinsider.uol.com.br/2010/01/28/a-morte-anunciada-do-copyright/>. Acesso em 30 de janeiro de 2010.

ANDERSON, Chris. **A cauda longa**: do mercado de massa para o mercado de nicho. São Paulo: Campus, 2006.

ARANTES, Priscila. Panorama da ciberarte no Brasil. In: LEÃO, Lúcia (org.). **O chip e o caleidoscópio**: reflexões sobre as novas mídias. São Paulo: Ed. SENAC, 2005.

BARBROOK, Richard. **Futuros imaginários**: das máquinas pensantes à aldeia global. São Paulo: Peirópolis, 2009.

BARTHES, Roland. **O rumor da língua**. São Paulo: Brasiliense, 1988.

BAUDRILLARD, Jean. **Tela total**: Mito-ironias da era do virtual e da imagem. Porto Alegre: Sulina, 1997.

BAUMAN, Zygmunt. **Globalização**: as conseqüências humanas. Trad. Marcus Penchel. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1999.

_____. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2001.

_____. **Comunidade**: a busca por segurança no mundo atual. Trad. Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2003.

_____. **Vida para consumo**: a transformação das pessoas em mercadorias. Trad. Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2008.

BENJAMIN, Walter. A obra de arte na época de sua reprodutibilidade técnica. In: LIMA, Luiz Costa (org.). **Teoria da Cultura de Massa**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1990.

BEY, Hakim. **TAZ**: zona autônoma temporária. 2. ed. São Paulo: Conrad Editora do Brasil, 2004.

BIONDI, Pedro. Marco civil da Internet. **Cultura.gov**, novembro de 2009. Disponível em <http://www.cultura.gov.br/site/2009/11/10/marco-civil-da-internet/>. Acesso em 04 de janeiro de 2010.

BOECHAT, Ricardo; HERDY, Ronaldo. Atacado e varejo: livre pensar. In: **Istoé**. São Paulo, Ano 31, n° 2015, p.27, 18 de junho de 2008.

BOUGNOUX, Daniel. **Introdução às ciências da informação e da comunicação**. Trad. Guilherme João de Freitas Teixeira. Petrópolis: Vozes, 1994.

BRANCO, Marcelo D'Elia. Aberta a consulta pública para construção do marco civil na Internet. **Associação Software Livre.Org (ASL.Org)**, 2009. Disponível em <http://softwarelivre.org/branco/blog/aberta-a-consulta-publica-para-construcao-do-marco-civil-da-internet>. Acesso em 8 de novembro de 2009.

BRASIL, Ubiratan. “Facilito a pirataria dos meus livros”. **Estadão**, 2010. Disponível em http://www.estadao.com.br/estadaodehoje/20100116/not_imp496507,0.php. Acesso em 17 de fevereiro de 2010.

CABRAL FILHO; Adilson Vaz; DUARTE, Livia Dias Moreira. Comunicações na era digital: a apropriação do processo regulatório pela sociedade civil. In: SARAVIA, Enrique; MARTINS, Paulo Emílio Matos; PIERANTI, Octavio Penna (orgs.). **Democracia e regulação dos meios de comunicação de massa**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2008.

CABRAL, Antônio. Os caminhos do direito autoral. **Youtube**. Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=ZX99Kf-FkaE>. Acesso em 11 de junho de 2008.

_____. Legislação brasileira x pirataria. **Youtube**. Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=mO29ePHw97E>. Acesso em 11 de junho de 2008.

CAETANO, Miguel. Remixtures, 2007. Disponível em <http://remixtures.com/2007/01/copyright-copyleft-e-as-creative-anti-commons-parte-i/>. Acesso em 27 de janeiro de 2010.

CANÔNICO, Marco Aurélio. Grupo britânico pró-downloads ilegais lança segunda parte de documentário. **Folha Online**: ilustrada. Disponível em <http://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u363525.shtml>. Acesso em 30 de junho de 2008.

_____. Ao vazar na Internet, “Wolverine” vira fenômeno. **Folha Online**: ilustrada, 2009. Disponível em <http://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u545214.shtml>. Acesso em 16 de fevereiro de 2010.

CAPRA, Fritjof. Vivendo redes. In: DUARTE, Fábio; SQUANDT, Carlos; SOUZA, Queila. (orgs.). **O tempo das redes**. São Paulo: Perspectiva, 2008.

CARMEN, Ana. Ronaldo Lemos fala sobre a tensão entre Leis e internet. **Ministério da Cultura**. Disponível em <http://www.cultura.gov.br/site/2008/02/21/ronaldo-lemos-fala-sobre-a-tensao-entre-Leis-e-internet/>. Acesso em 28 de julho de 2008.

CARPANEZ, Juliana. Entenda a polêmica sobre o impacto da Lei de crimes cibernéticos. **G1**, 2009. Disponível em <http://g1.globo.com/Noticias/Tecnologia/0,,MUL651929-6174,00-ENTENDA+A+POLEMICA+SOBRE+O+IMPACTO+DA+LEI+DE+CRIMES+CIBERNET+ICOS.html>. Acesso em 04 de janeiro de 2010.

CASCAIS, António Fernando; MIRANDA, José A. Bragança de. A lição de Foucault. In: FOUCAULT, Michel. **O que é um autor?** Trad. António Fernando Cascais e Eduardo Cordeiro. 6. ed. Lisboa: Vega Passagens, 2006.

CASTELLS, Manoel. **A galáxia internet**: reflexões sobre internet, negócios e sociedade. Trad. Rita Espanha. Lisboa: Fundação Calouste Gulbekhian, 2004.

_____. Inovação, Liberdade e poder na era da informação. *In*: MORAES, Dênis (Org.). **Sociedade Midiatizada**. Trad. Carlos Frederico Moura da Silva, Maria Inês Coimbra Guedes, Lúcio Pimentel. Rio de Janeiro: Mauad, 2006.

CASTILHO, Carlos. Toda imprensa do mundo num só lugar: no Google. **Observatório da Imprensa**. Disponível em http://www.observatoriodaimprensa.com.br/blogs.asp?id_blog=2&id={534BF34B-146E-4D94-B3EE-4D9030292659}&data=200809. Acesso em 09 de setembro de 2008.

CASTRO, Gisela G. S. Nas tramas da rede: a internet e o consumo de música digital. In: CAEPM (org.). **Bravo mundo novo**: novas configurações da comunicação e do consumo. São Paulo: Alameda, 2009.

CERDEIRA, Pablo de Camargo. Copyleft e licenciamento no Brasil: qual o melhor caminho? **Buscalegis**, 2003. Disponível em <http://www.buscalegis.ufsc.br/revistas/index.php/buscalegis/article/viewFile/4396/3967>. Acesso em 27 de janeiro de 2010.

COHN, Gabriel. Indústria cultural como conceito multidimensional. In: BACCEGA, Maria Aparecida (org.). **Comunicação e culturas do consumo**. São Paulo: Atlas, 2008.

CREMADES, Javier. **Micropoder**: a força do cidadão na era digital. São Paulo: Senac/São Paulo, 2009.

DELEUZE, Gilles. **Conversações**: 1972-1990. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1992.

DIDIER, Maria Thereza. **Emblemas da sagração armorial**: Ariano Suassuna e o movimento armorial 1970/76. Recife: Ed. Universitária da UFPE, 2000.

DUARTE, Fábio; DE MARCHI, Polise. Imagens da cidade tecnológica: linguagem (ir)realidade. In: ARAÚJO, Denise Correa (org.). **Imagem (ir)realidade**: comunicação e cibermídia. Porto Alegre: Sulina, 2006.

DUARTE, Joana. CTS comenta vitória do Partido Pirata no Parlamento europeu. **Cultura Livre**, 2009. Disponível em http://www.culturalivre.org.br/index.php?option=com_content&task=view&id=283&Itemid=40. Acesso em 25 de janeiro de 2010.

FELITTI, Guilherme. “Pirata” do Parlamento Europeu detalha planos para defender download livre. **IDG Now!**, 2009. Disponível em <http://idgnow.uol.com.br/internet/2009/12/04/201cpirata201d-do-parlamento-europeu-detalha-planos-para-defender-download-livre/>. Acesso em 25 de janeiro de 2010.

FOUCAULT, Michel. **Vigiar e punir**: nascimento da prisão. Trad. Raquel Ramallete. 29. ed. Petrópolis: Vozes, 2004.

_____. **O que é um autor?** Trad. António Fernando Cascais e Eduardo Cordeiro. 6. ed. Lisboa: Vega Passagens, 2006.

FRAGA, Renê. Google latitude conquista um milhão de usuários. **Google Discovery**, 20 de fevereiro de 2009a. Disponível em <http://googlediscovery.com/2009/02/20/google-latitude-conquista-um-milhao-de-usuarios/>. Acesso em 24 de agosto de 2009a.

_____. Google latitude terá memória curta. **Google Discovery**, 5 de março de 2009b. Disponível em <http://googlediscovery.com/2009/03/05/google-latitude-tera-memoria-curta/>. Acesso em 24 de agosto de 2009b.

G1. Brasileiro passa mais de 24h por mês na web, diz estudo. **G1**, dezembro de 2008. Disponível em <http://g1.globo.com/Noticias/Brasil/0,,MUL915609-5598,00-BRASILEIRO+PASSA+MAIS+DE+H+POR+MES+NA+WEB+DIZ+ESTUDO.html>. Acesso em 8 de dezembro de 2008.

_____. Corte sueca diz que juiz do caso Pirate Bay não foi tendencioso. **G1**, junho de 2009. Disponível em <http://g1.globo.com/Noticias/Tecnologia/0,,MUL1207599-6174,00-CORTE+SUECA+DIZ+QUE+JUIZ+DO+CASO+PIRATE+BAY+NAO+FOI+TENDENCIO+SO.html>. Acesso em 09 de janeiro de 2009.

GANDELMAN, Henrique. **De Gutenberg à internet**: direitos autorais das origens à era digital. 5. ed. Rio de Janeiro: Record, 2007.

GETSCHKO, Demi. Internet, origens, conceitos e desafios. **Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI.br)**, abril de 2008. Disponível em www.cgi.br. Acesso em 7 de novembro de 2008.

GIBSON, Willian. *Neuromancer*. Trad. Fábio Fernandes. 4. ed. São Paulo: Aleph, 2008.

GIL, Gilberto. Gilberto Gil fala sobre direitos autorais. **Youtube**. Disponível em http://www.youtube.com/watch?v=zg6_bUHjdPw. Acesso em 31 de dezembro de 2008.

GINDRE, Gustavo *et al.* (org.). **Comunicação digital e a construção dos commons**: redes virais, espectro aberto e as novas possibilidades de regulação. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2007.

GINDRE, Gustavo. Agenda de regulação: uma proposta para o debate. In: GINDRE, Gustavo *et al.* (org.). **Comunicação digital e a construção dos commons**: redes virais, espectro aberto e as novas possibilidades de regulação. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2007.

GNU general public license. **Wikipédia**. Disponível em http://pt.wikipedia.org/wiki/GNU_General_Public_License. Acesso em 30 de julho de 2008.

GNU operating system. **GNU**. Disponível em <http://www.gnu.org/>. Acesso em 30 de julho de 2008.

GODOY, Leopoldo. Leia a íntegra da entrevista com o filósofo Pierre Lévy. **G1**, 2009. Disponível em <http://g1.globo.com/Noticias/Tecnologia/0,,MUL1284962-6174,00.html>. Acesso em 4 de setembro de 2009.

GONÇALVES, Gisela. Grande cultura, cultura popular e cultura de massas. **Biblioteca Online de Ciências da Comunicação - BOCC**, 1998. Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/goncalves-gisela-Questionamento.pdf>. Acesso em 28 de junho de 2010.

IBOPE Nielsen Online. Internet no Brasil cresceu 10% no mês de julho. **Ibope**, agosto de 2009. Disponível em

<http://www.ibope.com.br/calandraWeb/servlet/CalandraRedirect?temp=5&proj=PortalIBOPE&pub=T&db=caldb&comp=Internet&docid=62A33B253477B58783257619004BD15C>. Acesso em 03 de outubro de 2009.

INSTITUTO Akatu pelo consumo consciente. **S2 Comunicação Integrada**, 2007. Disponível em <http://www.s2.com.br/s2arquivos/361/multimedia/263Multi.pdf>. Acesso em 05 de fevereiro de 2009.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. Trad. Susana Alexandria. São Paulo: Aleph, 2008.

KEEN, Andrew. **O culto do amador**: como blogs, MySpace, YouTube e a pirataria digital estão destruindo nossa economia, cultura e valores. Trad. Maria Luiza X. de A. Borges. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2009.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Metodologia do trabalho científico**: procedimentos básicos, pesquisa bibliográfica, projeto e relatório, publicações e trabalhos científicos. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

LEBLANC, Brandon. Windows on netbook PCs: a year in Review. **Windows experience blog**, 2009. Disponível em <http://windowsteamblog.com/blogs/windowsexperience/archive/2009/04/03/windows-on-netbook-pcs-a-year-in-review.aspx>. Acesso em 28 de setembro de 2009.

LEMOS, André. **Cibercultura**: tecnologia e vida social na cultura contemporânea. 3. ed. Porto Alegre: Sulina, 2007.

_____. Ciber-cultura-remix. São Paulo, **Itaú Cultural**, 2005. Disponível em <http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/andrelemos/remix.pdf>. Acesso em 15 de junho de 2009.

LEMOS, Ronaldo *et al.* **Proposta de alteração do PLC 84/99 / PLC 89/03 (Crimes Digitais) e estudo sobre história legislativa e marco regulatório da Internet no Brasil**. Fundação Getúlio Vargas – Centro de Tecnologia e Sociedade (FGV/CTS), 2009. Disponível em http://www.culturalivre.org.br/artigos/Proposta_e_Estudo_CTS-FGV_Ciber Crimes.pdf. Acesso em 6 de janeiro de 2010.

LESSIG, Lawrence. **Cultura livre**: como a mídia usa a tecnologia e a Lei para barrar a criação cultural e controlar a criatividade. Trad. Fabio Emilio Costa. Disponível em <http://www.rau-tu.unicamp.br/nou-rau/softwarelivre/document/?view=144>. Acesso em 6 de outubro de 2008.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. Trad. Carlos Irineu da Costa. São Paulo: Editora 34, 1999.

LIRA, Bertrand. **No ar: as pequenas notáveis!** A experiência de rádios livres no Brasil. João Pessoa: Marca de Fantasia/ Editora Universitária UFPB, 1998.

MACHADO, Arlindo *et al.* **Rádios livres**: a reforma agrária do ar. São Paulo: Brasiliense, 1986.

SILVA, Juremir Machado da. **As tecnologias do imaginário**. 2. ed. Porto Alegre: Sulina, 2006.

MANGA, Alan. Hackers vendem ilegalmente 66 músicas inéditas de Lady Gaga e Britney Spears. **MTV**: Popline, 2010. Disponível em <http://popline.mtv.uol.com.br/hackers-vendem-ilegalmente-musicas-ineditas-de-lady-gaga-e-britney/>. Acesso em 13 de janeiro de 2010.

MANOVICH, Lev. Novas mídias como tecnologia e idéia: dez definições. Trad. Luís Carlos Borges. In: LEÃO, Lúcia (org.). **O chip e o caleidoscópio**: reflexões sobre as novas mídias. São Paulo: Ed. SENAC, 2005.

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Estética da comunicação**: da consciência comunicativa ao “eu” digital. Petrópolis, RJ: Vozes, 2007.

MARTINS, Beatriz Cintra. O que é autoria em rede? Algumas reflexões sobre os processos autorais colaborativos na rede. **III Simpósio Nacional ABCiber** (anais), 2009.

MARTINS, Sebastião. Software proprietário: sobre piratarias e piratarias. In **Observatório da Imprensa**. Disponível em <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos.asp?cod=420ENO004>. Acesso em 16 de junho de 2008.

MATTELART, Armand e Michèle. **História das teorias da comunicação**. 3. ed. Trad. Luiz Paulo Rouanet. São Paulo: Loyola, 2000.

McLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. Trad. Décio Pignatari. São Paulo: Cultrix, 1964.

MEDEIROS, João Bosco. **Redação científica**: a prática de fichamentos, resumos, resenhas. 11. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

MELO, José Marques de. **Teoria da comunicação**: paradigmas Latino-Americanos. Petrópolis: Vozes, 1998.

MENDONÇA, Felipe Marra. Para ler ou ouvir histórias na era da tecnologia. **Carta Capital**, ano XV, n. 533, p. 44-45. São Paulo: Confiança, 2009.

MORIN, Edgar. **A cultura de massa no século XX**: o espírito do tempo 2 – necrose. 3. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1999.

NEPOMUCENO, Carlos. O eu-robô: a nova era da informação? **Nepôsts**. Disponível em <http://nepo.com.br/2009/07/29/a-nova-era-sera-a-do-eu-robo/>. Acesso em 02 de agosto de 2009.

NICOLAU, Marcos; NOBRE, Cândida. *Remix* no ciberespaço: da perda da aura à diluição de autoria. In: **Revista Culturas Midiáticas**. João Pessoa: Marca de Fantasia, 2010.

OLIVEIRA, Maria Marly de. **Como fazer projetos, relatórios, monografias, dissertações e teses**. 3. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

ORTELLADO, P. Por que somos contra a propriedade intelectual? **Centro de mídia independente**, 2002. Disponível em: <http://www.midiaindependente.org/pt/blue/2002/06/29908.shtml>. Acesso em: 20/11/2007.

PAVARIN, Guilherme. Pirate Bay vende site por US\$ 7,8 milhões. Info Online, junho de 2009a. Disponível em <http://info.abril.com.br/noticias/internet/pirate-bay-vende-site-por-us-7-8-milhoes-30062009-4.shl>. Acesso em 30 de junho de 2009a.

_____. Comunidade 'Discografias' é fechada no Orkut. **InfoPlantão**, 2009b. Disponível em <http://info.abril.com.br/aberto/infonews/032009/16032009-4.shl?2>. Acesso em 9 de março de 2009b.

PEREIRA, Vinícius Andrade; HECKSHER, Andrea. **Práticas de comunicação em redes tele-informáticas e a lógica das linguagens digitais**: construindo modelos de propaganda e de marketing no Ciberespaço. Rio de Janeiro, 2007. Disponível em http://www.andreahecksher.com/relatorio_parcial_caepm.pdf. Acesso em 18 de junho de 2009.

PIGATTI, Valionel Tomaz. O que é uma rádio pirata? **Centro de mídia independente**. 12/03/2003. Disponível em <http://www.midiaindependente.org/pt/blue/2003/03/249552.shtml>. Acesso em 26 de dezembro de 2008.

PRIMO, Alex. A busca por fama na web: reputação e narcisismo na grande mídia, em blogs e no Twitter. Intercom, 2009. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-1950-1.pdf>. Acesso em 03 de novembro de 2009.

PROJETO GNU. **Wikipédia**. Disponível em <http://pt.wikipedia.org/wiki/GNU>. Acesso em 01 de agosto de 2008.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

RICHARDSON, Joanne; KLEINER, Dmytri. *Copyright, Copyleft e as Anti-Creative Commons* (2006). Remixtures, 2007. Disponível em <http://remixtures.com/2007/03/copyright-copyleft-e-as-creative-anti-commons-parte-iv/>. Acesso em 28 de janeiro de 2010.

RIZZINI, Carlos. **O livro, o jornal e a tipografia no Brasil, 1500-1822**: com m breve estudo geral sobre a informação. São Paulo: Imprensa Oficial do Estado, 1988.

ROCHA, Ale. YouTube retira Mofotv do ar após notificação da Sony BMG. **Uol: TeleSéries**, 2009. Disponível em <http://teleseries.uol.com.br/youtube-retira-mofotv-do-ar-apos-notificacao-da-Sony-bmg/>. Acesso em 17 de fevereiro de 2010.

ROSA, António Machuco. Standards tecnológicos, *Open Source* e espaço público. **Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação - SOPCOM**, 2005. Disponível em <http://paginas.ulusofona.pt/p138/Artigosopcom2005.pdf>. Acesso em 27 de janeiro de 2010.

RUDIO, F.V. **Introdução ao projeto de pesquisa científica**. 17. ed. Petrópolis: Vozes, 1992.

SANTAELLA, Lúcia. **Navegar no Ciberespaço**: o perfil cognitivo do Leito imersivo. São Paulo: Paulus, 2004.

_____. **Culturas e artes do pós-humano**: da cultura das mídias à Cibercultura. São Paulo: Paulus, 2003a.

_____. **Comunicação e pesquisa**. São Paulo: Hacker Editores, 2003b.

_____. **Por que a comunicação e as artes estão convergindo?** São Paulo: Paulus, 2005.

SANTOS, José Luiz dos. **O que é cultura**. 14. ed. São Paulo: Brasiliense, 1994.

SANTOS, Laymert Garcia. Paradoxos da Propriedade Intelectual. In: **CTeME: Conhecimento, tecnologias e mercado**, 2007. Disponível em <http://www.ifch.unicamp.br/cteme/txt/propriedade.pdf>. Acesso em 18 de junho de 2009.

SANTOS, Laymert Garcia; FERREIRA, Pedro Peixoto. A regra do jogo: desejo, servidão e controle. In: VILLARES, Fábio (org.). **Novas mídias digitais (audiovisual, games e música): impactos políticos, econômicos e sociais**. Rio de Janeiro: E-papers, 2008.

SILVA, Luís Inácio. Lula e Dilma no FISL10. **YouTube**, junho de 2009. Disponível em <http://www.youtube.com/watch?v=g9YKmaXvhQM>. Acesso em 6 de janeiro de 2010.

SILVEIRA, Evanildo da. Invenção reconhecida 27 anos depois. **Link Estadão**, 2004. Disponível em http://www.link.estadao.com.br/index.cfm?id_conteudo=919. Acesso em 9 de fevereiro de 2009.

SILVEIRA, Sérgio Amadeu da. Corsários digitais, estado e monopólio de algoritmos. **WikiPos: Facasper**, 2005. Disponível em http://wikipos.facasper.com.br/index.php/Cors%C3%A1rios_Digitais,_Estado_e_Monop%C3%B3lio_de_Algoritmos. Acesso em 28 de setembro de 2009.

_____. Cibercultura, *commons* e feudalismo informacional. In: **Revista Famecos**. Porto Alegre, dezembro de 2008. Disponível em <http://revcom.portcom.intercom.org.br/index.php/famecos/issue/current>. Acesso em 5 de junho de 2009.

_____. “O mundo mudou e com ele as formas de propriedade também mudaram”. Entrevista especial com Sérgio Amadeu. **Instituto Humanista Unisinos (IHU)**, 2009a. Disponível em http://www.ihu.unisinos.br/index.php?option=com_entrevistas&Itemid=29&task=entrevista&id=27472. Acesso em 25 de janeiro de 2010.

_____. Sérgio Amadeu fala sobre direitos autorais na web e as novas formas de comunicação. **Nós da comunicação**, 2009b. Disponível em http://www.nosdacomunicacao.com/panorama_interna.asp?panorama=210&tipo=E. Acesso em 3 de agosto de 2009.

_____. **A cultura na era digital**, setembro de 2009c. Disponível em <http://ow.ly/KaT3>. Acesso em 21 de setembro de 2009.

SILVERSTONE, Roger. **Por que estudar a mídia?** Trad. Milton Camargo Mota. 2. ed. São Paulo: Loyola, 2002.

SODRÉ, Muniz. **Reinventando a cultura: a comunicação e seus produtos**. 4. ed. Petrópolis: Vozes, 2001.

_____. **Antropológica do espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede**. Petrópolis/RJ: Vozes, 2002.

SUNDE, Peter. Co-fundador do The Pirate Bay defende a liberdade na Internet. **fis10**, junho de 2009. Disponível em <http://fis10.softwarelivre.org/10/www/06/25/co-fundador-do-pirate-bay-defende-liberdade-na-internet>. Acesso em 5 de janeiro de 2010.

TEIXEIRA, Duda. O grátis saiu mais caro. **Veja On-line**, 2006. Disponível em http://veja.abril.com.br/170506/p_068.html. Acesso em 31 de janeiro de 2010.

THOMPSON, John B. **Ideologia e cultura moderna**: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa. 7. ed. Petrópolis: Vozes, 2007.

TOMAZELA, José Maria. Tribunal impede cobrança de royalties em boate no interior. **Estadão**, 2010. Disponível em <http://www.estadao.com.br/noticias/geral,tj-tocar-musica-sem-pagar-direitos-autorais-nao-e-crime,495668,0.htm>. Acesso em 15 de janeiro de 2010.

TPB. TPB might change owner. **The Pirate Bay**, 2009. Disponível em <http://thepiratebay.org/blog/164>. Acesso em 30 de junho de 2009.

TRIVINHO, Eugênio. **A dromocracia Cibercultural**: lógica da vida humana na civilização mediática avançada. São Paulo: Paulus, 2007.

VEJA. Recorde de contravenção: *Tropa de Elite* já conta com milhões de espectadores. Mas poucos deles pagaram pelo ingresso de cinema. **Veja**, 2007. São Paulo, ano 40, págs. 80-91, edição 2030, nº 41, 17 de outubro de 2007.

VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2004.

VICENTE, Eduardo. Por onde anda a canção? Os impasses da indústria na era do MP3. In: VARGAS, Herom; CARDOSO, João Batista F. (orgs.). **Mutações da cultura midiática**. São Paulo: Paulinas, 2009.

WINDOWS pirata domina micro popular, segundo pesquisa. **Folha Online**, 2006. Disponível em <http://www1.folha.uol.com.br/folha/informatica/ult124u21080.shtml>. Acesso em 02 de junho de 2009.

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação**. 4. ed. Trad. Maria Jorge Vilar de Figueiredo. Lisboa: Editorial Presença, 1995.

WOLTON, Dominique. **Pensar a comunicação**. Trad. Vanda Anastácio. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2004.

_____. **Internet, e depois?** Uma teoria crítica das novas mídias. Trad. Isabel Crossetti. 2. Ed. Porto Alegre: Sulina, 2007.

Livros Grátis

(<http://www.livrosgratis.com.br>)

Milhares de Livros para Download:

[Baixar livros de Administração](#)

[Baixar livros de Agronomia](#)

[Baixar livros de Arquitetura](#)

[Baixar livros de Artes](#)

[Baixar livros de Astronomia](#)

[Baixar livros de Biologia Geral](#)

[Baixar livros de Ciência da Computação](#)

[Baixar livros de Ciência da Informação](#)

[Baixar livros de Ciência Política](#)

[Baixar livros de Ciências da Saúde](#)

[Baixar livros de Comunicação](#)

[Baixar livros do Conselho Nacional de Educação - CNE](#)

[Baixar livros de Defesa civil](#)

[Baixar livros de Direito](#)

[Baixar livros de Direitos humanos](#)

[Baixar livros de Economia](#)

[Baixar livros de Economia Doméstica](#)

[Baixar livros de Educação](#)

[Baixar livros de Educação - Trânsito](#)

[Baixar livros de Educação Física](#)

[Baixar livros de Engenharia Aeroespacial](#)

[Baixar livros de Farmácia](#)

[Baixar livros de Filosofia](#)

[Baixar livros de Física](#)

[Baixar livros de Geociências](#)

[Baixar livros de Geografia](#)

[Baixar livros de História](#)

[Baixar livros de Línguas](#)

[Baixar livros de Literatura](#)
[Baixar livros de Literatura de Cordel](#)
[Baixar livros de Literatura Infantil](#)
[Baixar livros de Matemática](#)
[Baixar livros de Medicina](#)
[Baixar livros de Medicina Veterinária](#)
[Baixar livros de Meio Ambiente](#)
[Baixar livros de Meteorologia](#)
[Baixar Monografias e TCC](#)
[Baixar livros Multidisciplinar](#)
[Baixar livros de Música](#)
[Baixar livros de Psicologia](#)
[Baixar livros de Química](#)
[Baixar livros de Saúde Coletiva](#)
[Baixar livros de Serviço Social](#)
[Baixar livros de Sociologia](#)
[Baixar livros de Teologia](#)
[Baixar livros de Trabalho](#)
[Baixar livros de Turismo](#)