

## Pirataria Como Alternativa Para a Produção Cultural

Cândida Nobre<sup>1</sup>

### Resumo

Analizamos a pirataria como um fenômeno que encontra na internet um ambiente ideal para seu desenvolvimento. Na rede, há uma potencialização do caráter primário da distribuição de produtos culturais, sem considerar os impactos provocados na indústria, mas apenas a questão do acesso às obras/mercadorias. Abordar tal fenômeno exige uma delimitação própria para que fique clara a compreensão do termo na perspectiva do estudo, uma vez que não há na legislação brasileira nenhum esclarecimento do que abarque ou não o termo. Neste contexto, compreendemos pirataria como sendo a reprodução não autorizada de produtos culturais. Limitamos nossa análise aos processos midiáticos possíveis a partir da *web* e, por esta razão, nos detemos à cópia de produtos audiovisuais, músicas, imagens e textos.

**Palavras-chave:** Internet. Pirataria. Cibercultura. Produção Cultural

### Introdução

O termo pirataria é de difícil utilização, em especial quando se trata da perspectiva proposta para este ensaio. A discussão a respeito dos direitos de autor na rede é tema cada vez mais recorrente na academia, nos espaços virtuais e midiáticos. Em contraposição ao discurso majoritário da ilegalidade e associação ao crime difundido pelos meios de comunicação tradicionais, movimentos surgem com o intuito de esclarecer que cópia e distribuição hoje caracterizadas como pirataria, tratam-se, na verdade, de possibilidades de um novo comportamento de consumo frente aos processos midiáticos que a *web* é capaz de propiciar ao usuário.

A palavra “usuário” também adquire caráter de destaque nesse novo ambiente cultural denominado de cibercultura. Diferente da relação anterior entre o indivíduo e os

---

<sup>1</sup> Graduada em Publicidade e Propaganda pelo Instituto de Educação Superior da Paraíba – Iesp (2005) e em Jornalismo pela Universidade Federal da Paraíba – UFPB (2006). Atualmente mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFPB (PPGC/UFPB), integrante do grupo de pesquisa Ideografia Global e bolsista Reuni. Contato: candidanobre@gmail.com

meios de comunicação, esse sai da condição de receptor para interferir na criação e no conteúdo do que é “transmitido” na rede, tendo, portanto, a opção de ser um usuário não mais limitado à recepção da mensagem.

É importante destacar que a expressão “pirataria” começa a ser usada fora de seu sentido original quando há a necessidade de tornar-se “usuário” dos meios de comunicação. Com a urgência de interferir na produção de conteúdo na década de 1960, na Inglaterra, onde as estações eram exclusivamente estatais, um grupo de jovens britânicos começou a transmitir a partir de uma radiodifusora que se instalou em um navio na costa. A embarcação não poderia ser interceptada pelo governo, pois se encontrava além do domínio das milhas marítimas inglesas<sup>2</sup>.

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. Uma vez preso este grupo de manifestantes, diversas rádios foram implantadas por jovens de todo o país. Pigatti (2003) explica que no Brasil, depois desse episódio, o termo pirataria começou “a ser usado como pejorativo de tudo quanto é ilegal pelos proprietários das grandes emissoras e pela indústria de produção cultural para identificar cópias ilegais de seus produtos em música, cinema e vídeo” (*sic*).

### **Quem e como se consome pirataria?**

O episódio ocorrido em um dado momento histórico na Inglaterra já demonstra a impossibilidade de controle do conteúdo que poderia ser 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 alternativa do governo é ampliar a extensão do território de seu poder de interferência para prender os jovens e assim é feito. Entretanto, a reação 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

---

<sup>2</sup> 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.

isolado de rebeldia, logo é percebido como uma necessidade de comunicar-se e relacionar-se com o outro através da identificação a partir de suas próprias experiências e semelhanças, estas últimas definidas geralmente pelo tipo de consumo que vai desde a música à maneira de se vestir.

No caso da pirataria no âmbito que nos propomos tratar, – a da reprodução não autorizada de produtos culturais – entendemos que ela traz dois aspectos que 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 da *web* que o acesso a tais produtos é possível.

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. Apenas reforçando, este pode ser uma música, um filme, uma imagem (fotografia, pintura) ou um livro.

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 em pesquisa feita no Brasil constatou-se que a pirataria não é vista com maus olhos pela maioria da população e a prática estaria associada ao mesmo princípio de Robin Hood<sup>3</sup>, 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.

Para esclarecer o que tratamos como ausência de restrição por quaisquer dos lados da relação consumidor “pirata” ou produtor (este último como sendo aquele que detém a “posse” sobre uma determinada obra), utilizamos o exemplo que Gilberto Gil

---

<sup>3</sup> BOECHAT, Ricardo; HERDY, Ronaldo. Atacado e varejo: livre pensar. In: *Istoé*. São Paulo, Ano 31, n° 2015, p.27, 18 de junho de 2008.

cita quando questionado sobre as novas possibilidades de produção musical a partir dos novos comportamentos gerados na internet. Gil (2008) recorre à fala de Bernard Shaw que explica que se uma pessoa tem duas maçãs e dá uma para alguém, cada um ficará com uma, mas se cada um tem uma idéia e eles trocam, ambos ficarão com duas idéias e não com apenas uma, como no caso da maçã<sup>4</sup>. Este é o espírito que move o segundo tipo de comportamento diante da cópia que não se refere mais ao lucro financeiro, como veremos mais adiante.

No caso que está sendo tratado, dos que só têm contato com as obras a partir do consumo de piratas, parece-nos claro que estamos diante de um impasse constitucional. Se, por um lado, a Constituição garante o direito ao lazer, à cultura e à informação, por outro há um sistema de valores que restringe o acesso de determinada parte da população a bens culturais. E mais: a alternativa encontrada para que este acesso seja possível é criminalizada e punida com multa ou até mesmo a detenção.

Entretanto, nem mesmo a idéia de uma possível punição é capaz de inibir este tipo de consumo. Observemos que além dos produtos culturais recebidos por esta parte da população se tratar de cópia não autorizada, é também por meio da pirataria que o acesso à própria internet é realizado. Sabemos que o sistema operacional *Windows* é hegemônico no Brasil. No entanto, pouquíssimos são os computadores que possuem este sistema operacional “original”.

Em 2006, quando no Brasil 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*<sup>5</sup> trocado pelo *Windows*:

O estudo afirma que, no primeiro mês após a compra, 73% dos usuários dos micros populares trocaram o sistema baseado em Linux, que é gratuito e já vem instalado nas máquinas, pelo Windows, que é pago. A sombra da pirataria vem de outro dado: apenas 26% dessas pessoas pagaram pela troca<sup>6</sup>.

<sup>4</sup> Disponível em [http://www.youtube.com/watch?v=zg6\\_bUHjdPw](http://www.youtube.com/watch?v=zg6_bUHjdPw). Acesso em 31 de dezembro de 2008.

<sup>5</sup> Sistema operacional de código aberto, também chamado de *software* livre, geralmente distribuído de forma gratuita.

<sup>6</sup> WINDOWS pirata domina micro popular, segundo pesquisa. *FolhaOnline: informática*. Disponível em <http://www1.folha.uol.com.br/folha/informatica/ult124u21080.shtml>. Acesso em 31 de julho de 2008.

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 sistema operacional *Windows*, é este que vai ser procurado e adquirido, ainda que o seja por vias alternativas.

Tratamos até então da pirataria aliada à comercialização dos produtos culturais. Como dissemos anteriormente, há dois aspectos que gostaríamos de tratar. O segundo se refere ao comportamento que está associado ao compartilhamento de idéias. Neste caso, o objetivo na produção e distribuição da 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 novas obras. 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.

Citemos dois exemplos de produtos que, com motivações distintas, utilizaram obras existentes para desenvolverem novos conteúdos. O primeiro deles possui um viés político. No final de 2008, o presidente norte-americano George W. Bush foi obrigado a desviar de um par de sapatos que o repórter iraquiano Muntazer al-Zaidi lhe atirou em

uma coletiva de imprensa, com o objetivo de protestar contra a política anti-terrorista da Casa Branca na gestão de Bush.

O episódio desencadeou uma série de adaptações do registro que iam de modificações do próprio vídeo do episódio até a inserção deste evento em outro universo de significação. É o caso de uma alteração no trecho clássico do filme *Matrix* (1999), no qual Neo (Keanu Reeves) desvia das balas disparadas pelo agente Smith (Hugo Weaving), só que dessa vez, Bush é o próprio Neo e as balas do agente foram substituídas por sapatos<sup>7</sup>.



**Figura 1 – Bush na Matrix (paródia)**

Sobre as releituras feitas no próprio vídeo, observa-se que só o fato dessas imagens estarem disponíveis na rede para este tipo de uso demonstra a falibilidade do controle dos meios de comunicação. Neste momento de adaptações e releituras do evento é que aparece o que talvez não fosse possível de outra maneira: a opinião pública diante do fato através dos meios de comunicação sem, entretanto, passar pelo crivo editorial das emissoras institucionalizadas.

O segundo exemplo que gostaríamos de registrar é, sob o ponto de vista técnico, extremamente trabalhoso e realizado de forma quase artesanal, se for possível utilizar este termo para produções tecnológicas. O fato é que um jovem estadunidense, fã do desenho animado *Thundercats*, modificou uma série de imagens de filmes já realizados

<sup>7</sup> Disponível em <http://www.youtube.com/watch?v=4-BFZBiWVPQ>. Acesso em 29 de dezembro de 2008.

e exibidos por grandes grupos de produção cinematográfica e criou um *trailer* para um possível longa-metragem sobre os *Thundercats*. O fã pegou trechos de filmes como *Tróia*, *X-Men*, *A batalha de Riddick*, *Garfield* e, com o uso de um aplicativo para modificar imagens, transformou os personagens principais em figuras do desenho animado. O resultado surpreendente foi amplamente visualizado em apenas uma semana<sup>8</sup>.



**Figura 2 – Trailer dos Thundercats**

Ao final de sua “obra” o jovem autor explica que não se trata de um *trailer* real, apenas de um exercício e experimentações. Ora, por mais que o garoto explique sua intenção, é pouco provável que ele tenha uma autorização formal para exibir e/ou alterar as imagens desses *blockbusters*. Neste caso, é a ausência de autorização para tais modificações o que determina a pirataria de vários trechos de diversos filmes.

Todavia, há iniciativas que pretendem institucionalizar o hábito de copiar obras e difundi-las ou até mesmo modificá-las e redistribuí-las. Para definir quais os limites do uso da obra, o autor é o protagonista que deve modificar os seus hábitos. Se nos casos já expostos, percebe-se que há uma violação pelo fato do detentor dos direitos de autor não permitir determinados usos, distribuições e modificações de suas obras, quando se trata de alternativas que não infrinjam a lei, os autores são os primeiros solicitados para uma modificação de conduta.

---

<sup>8</sup> O vídeo foi disponibilizado no dia 21 de dezembro. Até o dia 31, ele já contava com 976442 exibições. Disponível em <http://www.youtube.com/watch?v=fb50GMmY5nk>. Acesso em 22 de dezembro de 2008.

No caso de movimentos como o *Creative Commons*, a idéia é que o autor possua apenas *alguns* direitos reservados, em contraposição ao atual sistema de *copyright* que sugere que *todos* os direitos sejam reservados. Segundo o princípio do *commons*, os direitos sobre uma obra devem ser escolhidos por ele próprio e não por um sistema industrial. Apesar de a idéia ser inovadora e enriquecedora para alguns setores da sociedade, até o momento, ela não encontra a simpatia de boa parte dos produtores culturais, o que nos faz dividir os autores nas mesmas categorias que dividimos a pirataria: os que vêem a obra como um produto que deve ser comercializado e, portanto, deve-se obter lucro sobre ela; e os que vêem a obra como algo que deve ser compartilhado, modificado para que se chegue ao melhor resultado de uma idéia a partir de uma construção coletiva.

### **Retorno à Inglaterra**

É possível perceber que a noção de *commons*, 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 *Creative Commons* 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 *commons* 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 natureza<sup>9</sup>.

Entretanto, as grandes produções industriais cinematográficas e/ou musicais (apenas para citar dois exemplos) não aderiram a este novo licenciamento das obras, assim como grande parte dos autores independentes. Há também aqueles que realizam

---

<sup>9</sup> Disponível em:

[http://www.creativecommons.org.br/index.php?option=com\\_content&task=view&id=110&Itemid=1](http://www.creativecommons.org.br/index.php?option=com_content&task=view&id=110&Itemid=1).

Acesso em 29 de dezembro de 2008.

determinadas experimentações com a licença, mas não é toda a sua obra que fica disponível para um uso mais aberto, como é o caso do cantor Gilberto Gil.

Em contrapartida a este tipo de licenciamento, mas sem aderir à idéia secular dos direitos autorais como são concebidos hoje, movimentos reconhecem na pirataria uma postura política. Um grupo britânico denominado *League of Noble Peers*<sup>10</sup> surge em 2006 com o objetivo de organizar um movimento por meio do sistema de transmissão de dados *peer-to-peer* ou ponto-a-ponto, que ficou bastante conhecido após o *Napster* de Shaw Fanning. A idéia é mostrar que a partir deste tipo de distribuição, é possível uma nova produção que não condiz mais com o sistema atual de regulamentação da propriedade intelectual.

O grupo explicita suas idéias por meio de canais de comunicação na internet e através da produção de documentários que abordam o tema. Dividido em duas partes, o documentário *Steal this film* (ou “roube este filme”, em tradução livre) já explicita, no próprio título, sua postura política. O “convite” sugerido no nome do documentário escancara o seu conteúdo. Disponibilizado na rede de forma gratuita, os autores pedem ao internauta que adquira este filme de maneira ilícita.

A primeira parte do filme foi produzida e lançada na Suécia e explora a pressão política e econômica que o país recebeu para inibir ações de grupos como o *The Pirate Bay*, organização *anti-copyright* dissidente do grupo *Piratbyrån*. As pressões incluíram até a interferência da Organização Mundial do Comércio. O motivo da represália é porque, na Suécia, a indexação de arquivos em *sites* é legalizada, o que facilita a ação dos piratas.

A *League of Noble Peers* conta com o auxílio dos internautas para tradução do filme. A primeira parte está disponível em sete idiomas além do inglês e a segunda já dispõe de legendas para mais de dezesseis idiomas, incluindo o português. A segunda parte (*Steal this film II*), produzida em 2007, amplia a sua discussão analisando o aspecto cultural e tecnológico que revela uma impossibilidade do cumprimento do direito autoral da maneira como é feita atualmente. O objetivo do filme é mostrar que deve haver uma separação entre a produção cultural e o aspecto financeiro nela envolvido.

---

<sup>10</sup> Todas as informações sobre o grupo *League of Noble Peers* e suas atividades, foram retiradas da Wikipédia e do site [www.stealthisfilm.com](http://www.stealthisfilm.com).

Para o terceiro filme, ainda em fase de desenvolvimento, o diretor do segundo filme Jamie King explica que irão explorar mais a afirmação do presidente da *Getty Images*<sup>11</sup>, Mark Getty, de que “a propriedade intelectual é o petróleo do século XXI”<sup>12</sup>. Para os entusiastas do movimento, essa frase demonstra que a “riqueza” intelectual deve ser explorada por um pequeno grupo que detém o controle sobre essa produção e, por este motivo, é que tal afirmação continuará sendo analisada na próxima produção do grupo que conta com doações para continuar a desenvolvendo seus materiais. Para realizar este terceiro trabalho, o grupo deve fazer pesquisas também na Ásia, reafirmando a idéia de que a pirataria é um movimento global.

### **Considerações finais**

Novas posturas diante da produção cultural são adotadas em diversas partes do mundo. A internet colabora para que os movimentos não se restrinjam às fronteiras de determinados territórios, ampliando também a necessidade de se discutir o tema. Alguns fatos são evidentes: não há como manter o sistema de direitos autorais da maneira como é atualmente; não há uma disponibilidade de diálogo quando a idéia de mudança sugere uma não mercantilização da obra.

Por esta razão, a indústria de entretenimento já declarou estar “em guerra” com esse tipo de distribuição não autorizada de seus produtos, amplamente difundido como pirataria. Por outro lado, uma parte dos ditos “piratas” assumiu o rótulo e desenvolve manifestos e movimentos ao redor do mundo, ganhando representatividade por meio da coerência de seus discursos com o modelo de distribuição de produtos culturais atual. A ampla divulgação é possível devido aos processos de comunicação mediados pela internet que, até o momento, trata-se do meio de comunicação que mais conseguiu dar vazão à pluralidade de vozes existentes na sociedade.

O sistema *peer to peer* se consolida como excelente alternativa de disseminação de conteúdo, mesmo tendo sido reprimido desde sua primeira fase, com o *Napster*. Apesar de haver uma repressão é a tecnologia ponto-a-ponto o que move os processos midiáticos na rede. Isto significa que esta mesma tecnologia que serve para apreçoar

---

<sup>11</sup> Empresa que vende imagens pela internet. Endereço: [www.gettyimages.com/](http://www.gettyimages.com/)

<sup>12</sup> O acompanhamento para a próxima produção pode ser conferido em: <http://oi121.org>. Acesso em 30 de dezembro de 2008.

uma liberdade criativa e maior acessibilidade às obras, é também a responsável por facilitar os processos de troca no que se refere à economia.

O que se almeja, portanto, não é a inexistência do *peer to peer*, mas que tal sistema possua algum tipo de controle. Em suma, da mesma maneira que os processos midiáticos dos meios de comunicação de massa são controlados por uma minoria, assim querem manter a internet. Entretanto, a própria estrutura da *web* foi desenvolvida com o objetivo claro de ser uma plataforma beta, ou seja, um local aberto a alterações para que seja aperfeiçoado para a realidade do usuário.

Este, por sua vez, não deseja o mesmo controle de sua atuação esperado pela indústria de entretenimento; pelo contrário, o usuário é o indivíduo que almeja interferir nos processos de criação, distribuição e troca dessa nova realidade de produção cultural. A pirataria ocupa, portanto, um espaço de manifestação de não concordância com o modelo atual e o fato de as pessoas não a associarem à contravenção só reforça esta idéia.

### **Referências:**

BARACK Obama adota licença Creative Commons. Disponível em:

[http://www.creativecommons.org.br/index.php?option=com\\_content&task=view&id=110&Itemid=1](http://www.creativecommons.org.br/index.php?option=com_content&task=view&id=110&Itemid=1).

Acesso em 29 de dezembro de 2008.

BOECHAT, Ricardo; HERDY, Ronaldo. Atacado e varejo: livre pensar. In: *Istoé*. São Paulo, Ano 31, nº 2015, p.27, 18 de junho de 2008.

BUSH Matrix shoe dodge (parody). Disponível em <http://www.youtube.com/watch?v=4-BFZBiWVPQ>.

Acesso em 29 de dezembro de 2008.

GIL, Gilberto. Gilberto Gil fala sobre direitos autorais. *Youtube*. Disponível em

[http://www.youtube.com/watch?v=zg6\\_bUHjdPw](http://www.youtube.com/watch?v=zg6_bUHjdPw). Acesso em 31 de dezembro de 2008.

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.

THUNDERCATS movie trailer (fanmade). Disponível em

<http://www.youtube.com/watch?v=fb50GMmY5nk>. Acesso em 22 de dezembro de 2008.

WINDOWS pirata domina micro popular, segundo pesquisa. *FolhaOnline: informática*. Disponível em

<http://www1.folha.uol.com.br/folha/informatica/ult124u21080.shtml>. Acesso em 31 de julho de 2008.