

Indústria cultural e cibercultura: entre a autonomia de consumo dos produtos culturais e as limitações impostas pelo *copyright*¹

Cândida NOBRE²

Resumo

Os produtos culturais encontram novos caminhos para a cópia e distribuição nas malhas da rede, expandindo as possibilidades do indivíduo relacionar-se com as obras. Há uma autonomia frente ao conteúdo mediado, fragilizando o *copyright* e ampliando, dessa maneira, a utilização genérica do termo pirataria para designar qualquer prática que não seja condizente a esse tipo de licenciamento. O objetivo deste trabalho é analisar de que forma a Indústria Cultural (IC) associada aos conglomerados de comunicação institucionalizados, ao mesmo tempo em que buscam coibir a cópia e distribuição não autorizadas são capazes de contribuir para esta mesma prática.

Palavras-chave: Pirataria. *Copyright*. Indústria Cultural. Controle. Cibercultura.

Introdução

“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 não autorizadas. A estratégia de fazer “vistas grossas” à copiagem indevida fez com que o SO se tornasse hegemônico no país (SILVEIRA, 2005).

¹ Este trabalho foi apresentado no 5º Interprogramas de Mestrado da Faculdade Cásper Líbero (SP), ocorrido em novembro de 2009.

² Mestre em Comunicação pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFPB. Professora do curso de Publicidade e Propaganda do IESP. candidanobre@gmail.com.

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).

A breve história do *Windows* no Brasil aponta para a problemática que pretendemos discutir neste artigo. A pirataria enquanto cópia e distribuição não autorizadas encontra-se 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, música ou *software* 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 cópias não autorizadas 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 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*.

A comercialização de *softwares* e produtos culturais

A Associação Brasileira das Empresas de *Software* (Abes) explica que ao adquirir um programa de computador, o indivíduo não se torna proprietário da obra, apenas recebe uma

permissão para o uso desta (ABES, 2009). A legislação brasileira prevê, tanto para *softwares* como para outros tipos de produtos protegidos por leis de propriedade intelectual, a possibilidade de realizar uma única cópia, desde que seja para uso estritamente pessoal. Como explica Gandelman (2007, p.66), caso a cópia seja “reproduzida, alugada, trocada, exibida publicamente, ou de outra qualquer forma utilizada sem a expressa autorização dos respectivos titulares, aí, sim, ela se torna pirata”.

Sobre a Lei de Direito Autoral de 1998, vigente no Brasil, Abrão (1999) tece uma crítica quanto à categorização de *softwares* em produtos culturais, pois, para a autora, trata-se de um “produto a meio caminho entre criação do espírito e a obra utilitária”. A proteção de programas de computador e a impossibilidade de acesso aos códigos-fontes foram, no entanto, fatores decisivos para se pensar em novos tipos de licenciamento que se estenderam às obras literárias, artísticas e científicas.

Um dos pioneiros na discussão a respeito do novo “manuseio” de produtos intelectuais foi um movimento que surgiu logo após os *softwares* adquirirem preço de mercado. Como recorda Mota Filho (2007), até o início dos anos 80 qualquer indivíduo que se interessasse podia ter acesso aos códigos-fontes dos programas e dessa maneira modificá-lo para desenvolver outros aplicativos capazes de cobrir novas necessidades.

A idéia de pagar por um *software* ou ter o acesso aos códigos negado soava estranha a um grupo de pesquisadores. Entre eles destacamos Richard Stallman que, mais tarde desenvolveria o Projeto GNU. Com os códigos-fontes fechados, houve uma perda da liberdade para modificar os programas. Assim em 1984, surge o Projeto GNU, com o objetivo de criar um sistema operacional totalmente livre³. É exatamente esta a idéia que se pretende transmitir com o termo *software* livre: não se trata de uma questão de preço, mas da possibilidade de o usuário modificar o programa e adaptá-lo às suas necessidades⁴.

No final da década de 1980, o GNU cria a *General Public License* (GPL) ou licença pública geral. Esta prevê um licenciamento específico para aplicativos e SO, por meio de

³ 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.

⁴ Disponível em <http://www.gnu.org/>. Acesso em 30 de julho de 2008.

“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”⁵.

No mesmo período, Don Hopkins cria a expressão *copyleft* que logo é popularizada por Richard Stallman. O termo se contrapõe ao *copyright* como uma nova forma de tratamento para questões como o direito do autor e a propriedade intelectual de produtos culturais. Se até então a produção intelectual vinha sendo trabalhada a partir do princípio de ter “todos os direitos reservados” a quem detinha a propriedade sobre uma obra, o *copyleft* propõe que “todos os direitos sejam revertidos”, em um claro trocadilho à lógica protecionista aplicada às produções culturais a partir da Revolução Industrial e que, mais tarde, inseriu os programas de computador. Ao *copyleft* está atrelado o direito do autor de manter a sua obra em liberdade tal qual ele deseja.

Faz-se necessário destacar que não apenas os *softwares*, mas as demais obras, artísticas, literárias ou intelectuais, passaram a ter “proteção” legal a partir do momento em que adquiriram um valor de troca. A justificativa para a existência do *copyright*, porém, se fundamentaria em três princípios: a questão moral, que se refere ao respeito ao trabalho de quem criou uma determinada obra; o aspecto econômico, no sentido de garantir um retorno financeiro aos autores; e o incentivo ao desenvolvimento social por meio da criação e produção de obras inéditas capazes de contribuir com a coletividade. Tais justificativas, no entanto, têm sido sistematicamente reavaliadas. Como explica Santos (2007):

(...) 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.

⁵ Disponível em http://pt.wikipedia.org/wiki/GNU_General_Public_License. Acesso em 30 de julho de 2008.

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. Reforçamos a idéia de Silverstone a partir do fato histórico de que tal licenciamento, como explica Gandelman (2007) inicialmente mantinha o foco no editor não no autor da obra, o que demonstra uma preocupação maior com o controle dos conteúdos circulantes do que com o reconhecimento do esforço intelectual em si.

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 assim tão assustadora. Ao contrário, há o entendimento de que a ascensão do processo criativo estético é incentivada por essa nova ética aliada aos instrumentos tecnológicos.

Entre eles destaca-se Castells (2006, p.227) afirmando 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”. Percebe-se que a liberdade nos espaços produtivos acompanha a mesma dinâmica que construiu a nova ambiência. É neste território fluido onde não apenas assistimos, mas por vezes participamos práticas a princípio combatidas com o rótulo da ilegalidade, tomar corpo e estruturar uma cultura que solicita alterações profundas na maneira de tratarmos o licenciamento dos produtos culturais.

Alguns aspectos sobre autoria e originalidade

A noção de autoria 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 deste 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”.

Até a fundamentação das bases da modernidade, era permitida ao criador uma utilização mais livre do que já havia sido elaborado com o intuito de desenvolver novas obras, não havendo

impedimentos legais para tal ato. Muito da obra clássica tem referências na cultura popular com bases na oralidade, esta que, mesmo sem o estatuto da autoria permanece durante os séculos.

Na nova estrutura de produção artística no capitalismo, porém, o autor é ressaltado como alguém iluminado, capaz de ter idéias originais, omitindo a possibilidade de que as obras podem ser 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.

A atribuição de uma dada autoria a um texto específico determina o olhar sob o qual vai ser realizada uma leitura. O *status* do autor 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 texto torna-se inquestionável. 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.

Verificamos que há uma necessidade de retorno ao período em que era possível utilizar as obras de uma forma mais livre, sem as amarras da indústria do *copyright*. A idéia de alguns grupos sociais simpatizantes de movimentos como o *copyleft* é que a criação não esteja mais necessariamente atrelada a um sistema de licenciamento tão rígido, mas que este seja compatível aos anseios de produção e consumo da sociedade.

Uma das emergentes características da cibercultura tem sido a prática do *remix*, técnica de criação que reconfigura trechos de obras já existentes. Benjamin (1990) havia anunciado a perda da aura da obra de arte dada a possibilidade de reproduzi-la em série. No caso do *remix*, destacamos um novo desdobramento: a diluição da autoria, processo no qual a recombinação e modificação de fragmentos para criar um novo conteúdo retira o produto de seu contexto original, dando-lhe outro sentido e, portanto, nova autoria. Tal fenômeno provoca uma tensão entre a IC e os *remixers*, pois os últimos utilizam os produtos culturais sem considerar os direitos de propriedade.

Até hoje encontramos resistência no processo de diluição da autoria, 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.

Tal resistência às novas formas de produção cultural é confrontada a partir das possibilidades que a internet oferece ao indivíduo para que este publique, opine sobre o que lê, ouve, assiste. Keen (2009) é um pessimista em relação ao novo papel dos indivíduos e a reconfiguração da idéia de autoridade na produção de conteúdo. O autor acredita ser 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 nossa cultura e valores, bem como a nossa economia.

A possível transferência do poder da comunicação para o indivíduo, podendo este produzir e publicar conteúdos é questionada pelo autor que 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). Todavia, o que se observa no percurso histórico é a construção de uma noção de individualidade ampliada diante das possibilidades de consumo disponibilizadas pela própria IC que na contemporaneidade vem sofrendo com a autonomia dos indivíduos nos espaços midiáticos.

O produto cultural e a individualização do consumo

Da cultura de massa à atual cultura das redes, Santaella (2003) 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 da internet, 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.

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. 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 cassete, por exemplo. O que vemos 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 – estas, difundidas e comercializadas por grandes conglomerados industriais que pretendem restringir o uso desses mesmos produtos que saem de suas fábricas. 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. Isto significa que na nova cultura das redes, é possível afirmar a

emergência de 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 dessa mesma forma devido à imaterialidade das obras culturais. Como afirma Silveira (2009), “o digital liberou a música do vinil, o texto do papel e a imagem da película. Lá, elas podem ser recombinadas de várias formas e multiplicadas ao extremo, sem os limites físicos do suporte, que são escassos e se desgastam”.

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, sistemas de internet *wireless* ou *bluetooth*. Atualmente, a tecnologia é pensada, construída e comercializada de forma que facilite os processos de trocas de conteúdo do qual a produção cultural faz parte, e por esta razão torna-se cada vez mais sem sentido a proibição do compartilhamento livre de informações no ciberespaço.

Assim como Santaella 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.

Um aspecto de discussão a partir de Ortellado refere-se ao papel da indústria na disponibilização dessas tecnologias. Em outras palavras, as possibilidades de reprodutibilidade são desenvolvidas pelo próprio mercado que enseja limitar o uso de tal reprodução. 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 nas instâncias de poder do Estado e do

mercado. Queremos destacar que o conteúdo está ao nosso alcance, pois temos as ferramentas necessárias para adquiri-los. Entretanto, há mecanismos (muitas vezes sequer compreendemos o seu funcionamento) limitando a prática do compartilhamento por meio da cópia.

Considerações Finais

O 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 (...) dos 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 culturais⁶.

Ironicamente, as ferramentas utilizadas para provocar tais impactos são adquiridas através da própria indústria que tem sofrido com os processos de copiagem e recombinações, capazes de permitir a autonomia dos indivíduos frente ao consumo de produtos culturais. As limitações impostas pelo *copyright* quando confrontadas com as práticas da cibercultura, vem sendo cada vez mais desconsideradas.

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, a cópia e o *remix* por sua vez, demonstram uma perda quase total desse controle do detentor dos direitos. A tecnologia é fator essencial para a ampliação das práticas recombinantes, cópias sem autorização e distribuição nas malhas da rede, contudo, não é ela quem determina as mudanças sociais e sim, o uso que os indivíduos fazem dos suportes tecnológicos.

Existe a necessidade de se repensar nas formas de licenciamento adotadas na modernidade, uma vez que estas demonstram uma defasagem frente ao novo papel ocupado pelo

⁶ Estamos falando de um movimento não organizado formalmente, mas que congrega várias pessoas a partir do comportamento de compartilhar conteúdos na rede.

indivíduo, agora parte do pólo emissor. Nesse sentido, a audiência também é modificada, na medida em que tem disponível um maior número de conteúdos disputando a sua atenção.

Os cidadãos não estão mais divididos apenas entre as opções de canais de TV, estações de rádio ou assinaturas de jornais e revistas, mas com suas próprias criações e as de sua rede de relacionamentos por meio de blogs, vídeos disponibilizados em sites e as dicas que circulam nas redes sociais. 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 estruturas mais flexíveis de licenciamento como práticas para geração de novos produtos. Não há como negar que o espaço de criação e recriação se amplia, tornando-se um processo coletivo em um espaço de mídias interativas e multifacetadas.

Referências

ABES. Associação Brasileira das Empresas de *Software*, 2009. Disponível em <http://www.abes.org.br/templ1.aspx?id=40&sub=40>. Acesso em 25/09/2009.

ABRÃO, Eliane. A “nova” Lei de Direitos Autorais. **Direitoautoral.com.br**, 1999. Disponível em <http://www2.uol.com.br/direitoautoral/artigo03.htm>. Acesso em 15/09/2009.

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.

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

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

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

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.

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 28/09/2009.

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 16/06/2008.

MOTA FILHO, João Eriberto. **Descobrimo o Linux**: entenda o sistema operacional GNU/LINUX. 2. ed. São Paulo: Novatec, 2007. p. 32-67. Disponível em <http://www.novatec.com.br/livros/linux2/capitulo9788575221204.pdf>. Acesso em 10/09/2009.

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.

SANTAELLA, Lúcia. **Culturas e artes do pós-humano**: da cultura das mídias à cibercultura. São Paulo: Paulus, 2003.

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 18/06/2009.

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 28/09/2009.

_____. Cibercultura, commons e feudalismo informacional. In: **Revista Famecos**. Porto Alegre, dezembro de 2008.

_____. Sérgio Amadeu fala sobre direitos autorais na web e as novas formas de comunicação. **Nós da comunicação**, 2009. Disponível em http://www.nosdacomunicacao.com/panorama_interna.asp?panorama=210&tipo=E. Acesso em 3/08/2009.

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

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