



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO
PUBLICIDADE E PROPAGANDA

**PROPRIEDADE INTELECTUAL E PIRATARIA EM
“GAME OF THRONES”:
ENTRE CONSUMO E ATIVISMO**

REBECA ALVES E ALVES

Rio de Janeiro

2020.2



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO
PUBLICIDADE E PROPAGANDA

**PROPRIEDADE INTELECTUAL E PIRATARIA EM
“GAME OF THRONES”:
ENTRE CONSUMO E ATIVISMO**

Monografia submetida à Banca de Graduação como
requisito para obtenção do diploma de
Comunicação Social – Publicidade e Propaganda.

REBECA ALVES E ALVES

Orientadora: Fernanda Carrera

Rio de Janeiro

2020.2

FICHA CATALOGRÁFICA

CIP - Catalogação na Publicação

A474p Alves, Rebeca Alves e
 Propriedade intelectual e pirataria em "Game of
 Thrones": entre consumo e ativismo / Rebeca Alves e
 Alves. -- Rio de Janeiro, 2021.
 93 f.

 Orientadora: Fernanda Carrera.
 Trabalho de conclusão de curso (graduação) -
 Universidade Federal do Rio de Janeiro, Escola da
 Comunicação, Bacharel em Comunicação Social:
 Publicidade e Propaganda, 2021.

 1. Pirataria. 2. Resistência. 3. Game of
 Thrones. 4. Facebook. I. Carrera, Fernanda, orient.
 II. Título.

Elaborado pelo Sistema de Geração Automática da UFRJ com os dados fornecidos pelo(a) autor(a), sob a responsabilidade de Miguel Romeu Amorim Neto - CRB-7/6283.

**PROPRIEDADE INTELECTUAL E PIRATARIA EM "GAME OF THRONES":
ENTRE CONSUMO E ATIVISMO**

Rebeca Alves e Alves

Trabalho apresentado à Coordenação de Projetos Experimentais da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Social, Habilitação Publicidade e Propaganda.

Aprovado por



Prof. Dra. Fernanda Carrera

Prof. Dr./ Dr^a/ Ms. / Esp. Nome Completo – orientador



Prof. Dra. Luciana Freire Murgel

Prof. Dr./ Dr^a/ Ms. / Esp. Nome Completo



Prof. Dr. Eduardo Coutinho

Prof. Dr./ Dr^a/ Ms. / Esp. Nome Completo

Aprovada em: 09/04/2021

Grau: 10,0

Rio de Janeiro/RJ

2020

À Vania e Mateus, minha família, por serem a base de toda minha essência.

AGRADECIMENTOS

Dando continuidade à minha trajetória acadêmica em instituições públicas, encerrar o ciclo universitário como eterna aluna da UFRJ é um dos maiores privilégios que poderia ter nessa e em outras vidas. Os aprendizados que tive, as pessoas por quem esbarrei, as confraternizações que participei são apenas algumas experiências das quais vivi nos espaços dentro e fora da Universidade e, por isso e infinitamente mais, eu agradeço por essa oportunidade de ouro. Eu agradeço à minha família por ser o meu oásis e não me faltar amor um dia sequer, principalmente, nos dias mais cinzentos. Eu agradeço aos meus amigos que tive o prazer de cruzar nesse caminho, em especial, Gáudio, Ingredy, Larissa, Haluiry, Gabriela, Beatriz, Jéssica, Joaquim, Rafael e Emerson por serem sinônimos de cumplicidade, alegria e leveza em meio ao caos. Eu agradeço aos meus professores que me trouxeram conhecimento, mas também acalento em tempos sombrios e coragem para continuar lutando por mim e por todos aqueles em posições desprivilegiadas. Eu agradeço ao meu colégio do coração, CAP-UERJ, por ter possibilitado que eu pudesse chegar até aqui, furando a minha bolha social desde cedo e me dando amizades que quero levar comigo até o fim, em especial, as Marianas, Cecília e André. Por fim, eu agradeço aos meus grupos de bicicleta, Pedal Legal e de corrida, Free Runners, por fortalecerem minha saúde física e mental junto à minha psicóloga, Emilie, para seguir resistindo ao período de pandemia mundial que vivemos.

“Vocês nos aceitam ou nos criminalizam. Nos mostram para o mundo ou nos mandam para o underground. Vocês só não conseguem nos parar”

(Lawrence Lessig)

ALVES, Rebeca Alves e. **Propriedade Intelectual e Pirataria em “Game of Thrones”:
entre Consumo e Ativismo**. Orientadora: Fernanda Carrera. Monografia (Graduação em
Comunicação Social – Publicidade e Propaganda). Rio de Janeiro: ECO/UFRJ, 2021.

RESUMO

A popularização de ferramentas tecnológicas e o crescimento de produtos midiáticos disponíveis pelos meios de comunicação favorecem o terreno para que o consumo de pirataria se transforme em um fenômeno mundial. Resumidamente, o foco desse trabalho é compreender até que ponto essa contravenção social se configura como uma forma de resistência do consumidor à dominação hegemônica da indústria tradicional de entretenimento ou então pode ser entendida como um ativismo disfarçado porque se valida através do consumo, fortalecendo o próprio sistema econômico vigente. Com isso em mente, viu-se como necessário explorar possibilidades de compreensão acerca do consumo alternativo de produções audiovisuais no contexto brasileiro e, para tanto, realizou-se um estudo das formas de comunicação entre os usuários da comunidade virtual, no Facebook, chamada “Game of Thrones Brasil”. Nela, analisamos quais tipos de manifestações podem ser encontradas nas publicações entre os fãs da série e se a natureza de suas características nos aponta algum tipo de processo de subjetividade em andamento capaz de influenciar as identidades individual e coletiva do sujeito.

Palavras-chave: Pirataria; Resistência; Game of Thrones; Facebook.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Regras de funcionamento da comunidade	79
Figura 2 – Comentários de zelo	80
Figura 3 – Comentários de recompensa	81
Figura 4 – Comentários de <i>live</i>	82
Figura 5 – Comentários de cobrança.....	82
Figura 6 – Comentários de legenda.....	83
Figura 7 – Comentários de instabilidade.....	84
Figura 8 – Comentários de reclamação	85
Figura 9 – Comentários de convite	86

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	11
2 PIRATARIA E RESISTÊNCIA.....	15
2.1 PIRATARIA E TEORIAS SOBRE RESISTÊNCIA	19
2.2 PIRATARIA E O IMPASSE RELATIVO.....	22
2.3 PIRATARIA E SEU ASPECTO SUBJETIVO.....	24
3 CONSUMO E ATIVISMO.....	32
3.1 CONDIÇÃO SUBJETIVA DO SUJEITO	36
3.2 RESISTÊNCIA DENTRO OU FOR A DO MERCADO?	40
3.3 A NATUREZA DA RESISTÊNCIA NO CONSUMO.....	42
3.4 PERSPECTIVAS DO CONSUMO E CIBERATIVISMO.....	44
4 MERCADO AUDIOVISUAL BRASILEIRO	50
4.1 PIRATARIA COMO DISPOSITIVO	53
4.2 HISTÓRIA DA PROPRIEDADE INTELECTUAL.....	58
4.3 CENÁRIO DOS DIREITOS AUTORAIS	63
4.4 ENTRENIMENTO E A ERA DO STREAMING	67
5 O PROCESSO DE IDENTIDADE DO FÃ.....	72
5.1 COMUNIDADE VIRTUAL “GAME OF TRHONES BRASIL”	77
6 CONCLUSÃO	87
REFERÊNCIAS	90

1 INTRODUÇÃO

O acesso à informação é indispensável para o desenvolvimento dos indivíduos que compõem uma sociedade. Essa constatação ganha ainda maior pertinência no contexto tecnológico digital que vivemos, portanto, é coerente o crescimento de um movimento em prol do amplo usufruto de bens culturais como algo que influencia na construção do ser social que habita em cada um de nós. Atualmente, o consumo é interpretado como um dos principais intermédios das relações humanas e, com a construção da vida em rede, inevitavelmente toda prática social passa pela ótica de produção, distribuição e consumo de um produto. Nesse sentido, esse novo ambiente que tende a ser mais democrático ao oferecer maior liberdade para a prática das mais diversas manifestações do ser humano acaba se estabelecendo como um espaço onde ocorrem resistências a uma instância maior de poder. É nesse contexto que entra o consumo de pirataria de obras audiovisuais como um fenômeno cotidiano que coloca em questão uma série de verdades tidas como absolutas a seu respeito dentro do discurso tradicional vislumbrado pela legislação dos direitos autorais.

A proposta do presente trabalho é entender se o consumo pirata da série *Game of Thrones* pode ser compreendido como uma forma de resistência, que vai contribuir com o processo de construção de subjetividade do indivíduo ou se seria uma forma de favorecer o próprio sistema hegemônico capitalista a partir do consumo de um produto massificado. Nesse sentido, realizaremos uma revisão bibliográfica acompanhada de um mapeamento exploratório a respeito da forma de comunicação presente na comunidade do *Facebook* chamada “Game of Thrones Brasil”. Nela, serão analisadas publicações da época de lançamento dos episódios semanais da última temporada da série, de modo a entender se é possível identificar algum movimento de caráter libertário e solidário entre os usuários em favor de um maior acesso a produtos audiovisuais no âmbito do entretenimento. Ao analisar as principais publicações de compartilhamento de *links* de transmissão em tempo real dos episódios, busca-se demarcar formas de ciberativismo e resistência que são passíveis de serem encontradas nesse contexto de consumo alternativo dentro da plataforma digital em questão.

Para a pesquisa foi conveniente realizar uma coleta de bibliografias e de dados midiáticos da comunidade com o intuito de criar uma base mais sólida de encaixe entre literatura e recorte da realidade em questão. Assim, inicialmente trabalhamos com referências que reconheciam a pirataria como uma forma de resistência, ainda que muitas vezes limitada, e que sinalizavam um cenário jurídico hostil para com a sociedade submetida às leis

brasileiras de propriedade intelectual e direitos autorais. Mergulhando mais afundo no tema, trouxemos conceitos importantes como devir-pirata, pirataria como dispositivo, capitalismo cognitivo, cultura de massa, ciberespaço e comunidade virtual, por exemplo, para tentar dar conta da presente discussão. A seguir, um resumo dos principais pontos discutidos em cada capítulo do trabalho.

Ao longo do capítulo 1, é feita uma contextualização do cenário de produção, consumo e distribuição de bens culturais, trazendo reflexões a respeito da recente incorporação dos meios de comunicação em âmbito doméstico. A partir disso, a pirataria enquanto prática tida como ilegal, que desrespeita a legislação aplicada ao compartilhamento de arquivos online, passa a vislumbrar uma série de outras questões relevantes no conflito entre indústria, Estado e sociedade. Questões, por sua vez, que são valiosas para ampliar a noção que se tem do fenômeno como meramente um crime que deve ser combatido a qualquer custo. O caráter redutor e incriminador de sentidos presente no discurso tradicional já nos é um indicativo de que devemos questionar os outros sentidos e valores atrelados à pirataria em si e o que mais ela também pode representar. Somado à isso, abordamos o tema da resistência do consumidor sob distintas óticas teóricas, indo desde as mais clássicas e não-mercadológicas até emancipatórias revolucionárias ou apropriadas pelo mercado.

Em seguida, trazemos à tona o impasse relativo da pirataria comumente hostilizada enquanto crime de alta periculosidade em meio a uma facilidade grande e cotidiana de cópia de arquivos digitais para uso próprio. Portanto, trata-se de uma contravenção bastante aceita no imaginário social de grande parte dos indivíduos que consomem obras de forma alternativa. Ao final, traçou-se um entendimento da cultura a partir de seu valor de troca e como o indivíduo se firma como um sujeito dotado de senso crítico sobre aquilo que consome em meio ao ciberespaço. É aqui que entra a caracterização da nova fase do capitalismo, a cognitiva, que permite de um lado uma troca bem mais veloz e interativa de informações, mas que por outro, não perdeu a natureza excludente e privativa inerentes à sua dinâmica de funcionamento. Essa discussão nos permite pensar mais a respeito da ideia de democratização de acesso a produtos culturais como algo que pode contribuir para variadas possibilidades de manifestação do ser humano, potencializando sua inclinação à vida social cidadã. A natureza livre e colaborativa da pirataria nos leva a um caminho para pensar que a prática é um modo de produzir diferença em meio movimento de privação e escassez de acesso a bens culturais.

No que diz respeito ao capítulo 2, procurou-se estabelecer uma relação entre o processo de construção do consumo na sociedade capitalista e como práticas de ativismo se

encaixam nesse contexto de luta e resistência ao poder hegemônico do mercado. Para tanto, foi importante pensar na evolução do sistema capitalista diante da influência tecnológica dos meios de comunicação e como o acesso à informação ganhou relevância significativa na construção de poderes e saberes próprios do sujeito. Portanto, em meio a um novo contexto de tecnologia digital, entra em voga a reflexão a respeito da imaterialidade de bens produzidos pelo ser humano e quais as implicações legais e sociais de sua reprodutibilidade em massa. No que tange à questão da crise identitária experimentada pelo sujeito ao longo do percurso histórico de transição, foram escolhidos os teóricos David Harvey (1993), Zygmunt Bauman (2005) e Stuart Hall (2006) para trazer contribuições que ajudem a delinear o processo construtivo do consumo bem como seus efeitos na configuração do sujeito contemporâneo.

Posteriormente, indagamos se a verdadeira emancipação do consumidor que busca resistir à lógica dominante acontece fora ou dentro do mercado, se apoiando na ideia de que o consumo intermedeia uma série de práticas sociais hoje. A seguir, recuperamos a natureza da resistência a partir de visões teóricas variadas, questionando se é possível entender a pirataria como resultado de um interesse pessoal ou coletivo de acesso a bens culturais. Por fim, entramos na lógica do ciberativismo e de que forma esse conceito nos auxilia a pensar o fenômeno sob um senso de coletividade que guia o sujeito contraventor. São trazidas ideias para propor reflexões de como a pirataria permite ressignificar a autonomia do indivíduo em escolher quais nós vai fazer na rede e como esses nós podem determinar os seus “eus” conforme seu próprio interesse.

No início do capítulo 3, foi introduzida a noção de totalidade por Gramsci como forma de caracterizar a busca do trabalho por um entendimento plural acerca da pirataria. Assim, fala-se na necessidade de entender a importância do consumo de entretenimento para o processo de construção cidadã do indivíduo bem como o desenvolvimento de sua subjetividade no âmbito coletivo. Além disso, buscamos trabalhar com a noção de pirataria enquanto dispositivo. A partir do conceito de Foucault, faz-se relevante entender o conjunto de coisas ditas e não ditas a respeito da prática de modo a interpretá-la para além do discurso punitivo do Estado e exclusivista do mercado. A partir de mais contribuições do filósofo marxista, podemos pensar no lado coercitivo, mas também concessivo do Estado e de sua rígida estrutura que dificulta a consideração das variadas nuances do fenômeno no âmbito legal. Somado à isso, pensamos nas apropriações das formas de resistência do consumidor por parte do mercado e como essa flexibilização favorece seu lucro e fortalece seu poder

Em seguida, entramos na questão jurídica e histórica de propriedade intelectual bem

como nas limitações da lei brasileira no que tange à proteção dos direitos autorais e o amplo acesso à cultura audiovisual e toda produção oriunda dela. Nesse sentido, colocamos em questão a noção de propriedade aplicada a uma produção imaterial concretizada a partir de um conhecimento anterior e atual de vários indivíduos enquanto coletivo. Isso nos faz questionar o que é a cultura e como as novas tecnologias de comunicação influenciam em uma nova percepção dentro do imaginário social brasileiro de como deve ser acessada no digital. No final, entramos com maior profundidade na análise do mercado audiovisual como forma de preparar o terreno para o capítulo seguinte, onde nos debruçamos sobre o objeto de estudo. Para tanto, procuramos fazer um breve histórico das dinâmicas de consumo e distribuição de bens de entretenimento ao longo do tempo como forma de compreender a realidade experimentada hoje por quem consome e produz, na era do streaming. Apontamos como é relevante pensar na cultura de fãs para o cenário de pirataria digital e, particularmente, para a série *Game of Thrones*, ainda que esse tema mereça um outro estudo inteiramente dedicado.

No que tange ao último capítulo, o interesse maior foi buscar formas de reafirmar as reflexões levantadas ao longo de toda a análise a partir do objeto em questão. Nesse sentido, procuramos destrinchar alguns modos de comunicação entre os usuários da comunidade virtual, *Game of Thrones Brasil*, no Facebook como um recorte que nos desse alguma possibilidade de conteúdo que justificasse a linha de raciocínio escolhida, a pirataria enquanto um fenômeno social e algo inevitável não apenas no âmbito da cultura de fãs, mas diante de uma tentativa exacerbada da indústria do entretenimento em extingui-la. E é nessa inevitabilidade do compartilhamento de links alternativos da obra que tentamos encontrar dinâmicas de sociabilidade capazes de fortalecer o processo de poder e conhecimento do sujeito. Para tanto, analisamos algumas normas de funcionamento e organização do grupo, publicações e comentários trocados entre os usuários como material para compreender melhor essa interação na maior rede social do mundo, o Facebook.

2 PIRATARIA E RESISTÊNCIA

O foco do presente trabalho é entender quais são os jogos de poder inerentes à pirataria, de modo a desmistificar essa prática para muito além de uma mera contravenção social que deve ser combatida a qualquer custo. Não há presunção em responder todas as reflexões levantadas aqui, no entanto, se mostra necessário fazê-las ao longo do estudo, são elas: em que medida é possível interpretar a pirataria como uma forma de resistência do consumidor diante de um mercado capitalista hegemônico? De que forma esse consumo alternativo pode ser capaz de forçar o reposicionamento de corporações monopolistas e o próprio Estado junto ao discurso tradicional? É possível relativizar essa realidade cultural a ponto de não a considerar um crime sujeito à pena no contexto brasileiro? Como esse cenário vislumbra maior debate quanto à democratização da cultura no âmbito de política pública? Quais outras abordagens podemos adotar para uma ampla interpretação do fenômeno de modo que fuja da velha ideologia por trás do discurso tradicional?

Desde quando a Academia passou a teorizar acerca da temática da pirataria, a partir da gradual chegada da Internet na década de 90, a realidade de produção, distribuição e consumo de bens culturais nunca mais foi a mesma. Com o desenvolvimento das Novas Tecnologias da Comunicação e Informação (NTIC) na forma deste novo dispositivo transformador, não só “inaugurou-se uma nova fase de experiência tecnológica, como criou uma nova condição para a existência humana” (SATURNINO, 2015, p. 41) de forma a moldar novas identidades políticas e recentes formas de agenciamentos sociais. Levando isso consideração, autor Cesar (2013) contribui com a análise das reverberações da penetração de tecnologias no ambiente doméstico, mais especificamente no campo do compartilhamento e cópia de arquivos.

Com inovações como o computador pessoal e o desenvolvimento das TICs (Tecnologias de Informação e Comunicação), grupos de indivíduos criaram a possibilidade de, por meio de copiadoras de disco, ou qualquer outra forma de input de dados, e uma conexão com a internet, reproduzir a informação nas mídias e estabelecer uma rede de troca de informações e bens culturais e intelectuais, formando comunidades de internet baseadas no compartilhamento de arquivos. (CESAR, 2013, p. 10)

Se antes a indústria é que detinha o poder de determinar quais seriam os bens culturais (re)produzidos, com os adventos da tecnologia de informação e comunicação, ficou possível compartilhá-los livremente pela rede, ainda que sem permissão. Essa nova realidade de

pirataria digital vislumbra o fato de que os bens culturais dispersos na internet são protegidos por direitos autorais e a sua distribuição sem pagamento viola leis de propriedade intelectual. A dada imaterialidade da informação permite que seja reproduzida quase infinitamente e “esta constatação não figurava, de todo, como um incentivo a futuros investidores, a não ser que a ela fosse aplicada a legislação dos direitos autorais e das patentes” (SATURNINO, 2015, p. 3). Essa determinação jurídica será discutida mais profundamente nos próximos capítulos, mas eventualmente citada de modo a preparar o leitor para a discussão de algo fundamentado na legalidade de privilégios monopolistas que produz uma série de efeitos nos mais diversos campos da vida.

Assim sendo, percebemos como essa discussão virou palco para inúmeras questões ligadas às disputas pelo controle dos meios de produção, circulação e acumulação em um contexto notadamente digital e conflituoso entre indústria, Estado e população civil, no geral. A partir da ambientação do cenário, é possível perceber que foram e são muitos os estudos da literatura agregando diferentes visões ao movimento da pirataria que não restrito à criminalização. Então, é se debruçando sobre as investigações de cunho mais amplo que buscaremos refletir sobre a pirataria não apenas como elemento contemporâneo de ordenação dos poderes, mas como bem público que influencia diretamente na formação do sujeito enquanto ser individual e social. Além disso, também refletir em que medida a prática pode fortalecer ou não a capacidade de participar da vida sociocultural que o cerca em um campo regulatório regido por uma lógica mercantil de exploração comercial e privatização da informação. Ainda que praticar, de forma isolada, atividades piratas não seja por si só considerada pelo autor a seguir como politicamente consciente no âmbito coletivo, temos que:

O seu enquadramento teórico jurídico-discursivo a partir de olhares homogênicos, hierárquicos e vigilantes reduziria, tanto a sua força analítica como, acima de tudo, bloquearia a sua riqueza plural e multifária enquanto estratégia não-dualística da produção positiva de novos poderes. Não implica dizer que a pirataria enquanto prática de resistência conduz os indivíduos a uma condição soberana de existência própria ou à formação de um projeto político coletivo, revolucionário e contestatário. No entanto, não podemos admiti-la como atitude “apolítica”. O seu caráter resiliente conduz o indivíduo a uma prática que se transforma em um estilo de vida, independente do seu caráter hedonista, celebrativo ou militante. (SATURNINO, 2015, p. 139)

Não é de arrogância do trabalho afirmar que todos os indivíduos possuem uma postura ideológica definida por trás de suas atividades de pirataria mesmo porque muitos as praticam

por mera questão de facilidade no acesso. No entanto, conforme Messias (2014) nos indica, vale pensar que “a busca por acessibilidade e demanda cultural dentro do capitalismo cognitivo poderiam representar uma ruptura dentro e contra o Império, proporcionando o surgimento de afetos ligados à capacitação cognitiva e tecnológica” (MESSIAS, 2014, p. 84-85). Esse pensamento fica mais claro quando trazemos à tona o protocolo de transmissão de dados na internet, o Torrent. Enquanto meio utilizado pelos usuários com a finalidade de trocar infinitos arquivos entre si sem a necessidade de um grande servidor como intermédio, já podemos ver o quanto essa tal “resiliência” do usuário diante do mercado persiste em seus hábitos de vida dentro de uma dinâmica coletiva. Com isso, é relevante para o trabalho potencializar a discussão entendendo o fenômeno com base nas questões políticas, econômicas e, também, ideológicas envolvidas sem necessariamente se prender às motivações que os levaram à prática sejam elas de “caráter hedonista, celebrativo ou militante”, conforme dito na passagem anterior.

Para figurar o cenário, podemos perceber que, hoje, existem fundamentalmente duas vias de circulação de obras artísticas e intelectuais. A primeira é a oficial ou legal da qual existe um acordo comercial entre os detentores dos meios de produção, autor e público e a segunda, a alternativa ou pirata, da qual o público segue um caminho paralelo para acessar diferentes conteúdos dispersos na rede (GERBASE, 2007). Ambas as possibilidades possuem dentre outras diferenças, o alcance do público. Se no método oficial, estamos falando de um público restrito, no método alternativo, há uma maior proporção de indivíduos se conectando, se informando e se divertindo. Isso já representa por si só uma ameaça à indústria que, pouco a pouco, vem perdendo controle de acesso aos produtos digitais consumidos. Neste trabalho, vamos nos ater a discutir mais profundamente a segunda forma de circulação e as inúmeras problemáticas as quais a pirataria para consumo virtual está sujeita no atual cenário. Isso sem perder de vista, é claro, os interesses históricos e econômicos envolvidos na via legal e como o discurso tradicional influencia na visão que se tem da via que motivou esse estudo.

Juntas, a natureza jurídica e legislativa do Estado e a natureza comunicacional da imprensa, propagam a crença de que a pirataria é um crime prejudicial em todas as suas frentes. Somado à isso, a prática deve ser cerceada por meio de todas as ferramentas que tais instituições dispuserem a seu favor para esse fim. Sendo assim, muitos são os argumentos para corroborar a ilicitude da prática, de forma sucinta são eles: qualidade do produto, sonegação de impostos, queda no faturamento e redução de postos de trabalho. No entanto, o esforço do atual sistema político-econômico de subjugar a democratização do acesso à cultura

e informação via pirataria à visão de crime não deve ser justificativa o suficiente para ignorarmos seus outros sentidos e valores relacionados à sua prática. Na verdade, a constante tentativa de submeter essa realidade a uma visão determinista de malefícios atrás de malefícios já nos é um indicativo que devemos questionar essa tal verdade de maneira cautelosa de modo a nos afastar de concepções simplistas e tendenciosas que buscam silenciar as relações de exploração entre os produtores originais e os detentores dos direitos. A linha de raciocínio de Saturnino (2015) corrobora a visão do seu significado ser muito mais amplo e valioso em “a variedade de contextos em que a pirataria aparece como um marcador reificado pelo determinismo criminalístico serviu de aporte para fundamentá-la como uma prática de resistência política” (SATURNINO, 2015, p. 15).

Com o foco em abandonar crenças estereotipadas acerca do tema, nesse trabalho a pirataria passa a ser entendida como um meio favorável para ampliação do acesso ao universo cultural na internet. As razões de restrição do gozo de indivíduos ao consumo de produtos disponíveis na rede são variadas, ainda que boa parte delas esteja atrelada a limitações de poder aquisitivo, vamos nos ater ao fato de que é a partir desse acesso que mais usuários estão consumindo o que há no mercado e, conseqüentemente, participando da roda capitalista. Assim, a tentativa de criminalizar esse fato social é uma grande engenhosidade por parte das indústrias de entretenimento, respaldada pelo discurso do poder público e suas elevadas cobranças em produtos culturais que chegam até o consumidor final, para evitar o que sugerem como prática de concorrência desleal como uma verdadeira jogadora do mercado capitalista o faria. Esse cenário vislumbra que a “modernidade e a democratização, consideradas como capacidade de acesso a bens globalizados, parecem mais viáveis a partir de recursos informais, e até mesmo ilegais, do que como resultado de uma reestruturação mais justa da ordem social” (CANCLINI, 2008, p. 82 apud CRUZ e JUNIOR, 2016, p. 183). A pirataria se apresenta como um caminho para tentar amenizar a desigualdade característica do modelo capitalista adotado em nossa sociedade.

A partir desse raciocínio, podemos perceber uma clara contribuição dos estudos de Negri e Hardt (2005) para a ideia de que ideias subversivas atraem ideias ainda mais subversivas. Ainda que sem tratar de algum projeto específico de natureza revolucionária, Podemos pensar que a cultura digital possibilitou o surgimento de movimentos inovadores e que, comumente, estão ocupando espaços cujas reivindicações para a superação de certas pré-determinações do mercado marcam sua luta contra a privação e escassez. Nesse sentido, o movimento da pirataria digital – vista em seu potencial de articulação social - evidencia uma

criatividade oriunda da contra insurgência e que, por sua vez, alcança inovação em meio à coletividade. Com isso em mente, é possível interpretar a partir do pensamento dos autores que o cultivo de um terreno propício à prática subversiva – tal qual é a pirataria digital para a indústria do entretenimento – pode levar a novas formas de lutas ainda mais democráticas e que visam o bem comum para a maioria, conforme passagem a seguir.

Cada nova forma de resistência destina-se a atacar as qualidades antidemocráticas das formas anteriores, criando uma cadeia de movimentos cada vez mais democráticos. [...] essa genealogia de guerras de libertação e movimentos de resistência permitir-nos-á identificar a forma mais adequada de organização para a resistência e as lutas de libertação na situação material e política contemporânea. (NEGRI e HARDT, 2005, p. 103).

Por mais relevante que seja considerar a pirataria como um movimento heterogêneo, não é foco desse trabalho categorizar as diferentes razões ideológicas e níveis de consciência política dos usuários. Como fala Coutinho (1994) acerca do filósofo Friedrich Hegel cuja herança dialética inspirou a corrente marxista, “a totalidade proposta pela dialética é constituída por diferentes níveis, sendo assim uma totalidade hierarquizada, com momentos que possuem um peso ontológico mais marcante do que outros” (COUTINHO, 1994, p.92). O que se pode tirar disso para o presente trabalho é que, salvando a importância das variadas frentes de uma questão, há maior relevância em refletir a representação da pirataria como algo que reforça ou refuta uma manutenção do poder e menor em interpretar as motivações ou mesmo o perfil desse público consumidor. Além disso, mesmo que sem falar diretamente na temática de resistência especificamente do consumidor, a contribuição de Marx para o trabalho é entender que “a dominação/resistência está associada a questões de classe, produção e exploração, pois estes elementos envolvem diversas possibilidades de liberdade ou de dominação” (GIDDENS, 1991 apud DALMORO, PENALOZA e NIQUE, 2014, p. 122). É válido transportar esse pensamento para hoje e perceber que o movimento de pirataria não é homogêneo como querem que faça parecer porque oferece pluralidade nas possibilidades de análise a partir de distintos fatores.

2.1 PIRATARIA E TEORIAS SOBRE RESISTÊNCIA

No Brasil, as publicações acadêmicas referentes às variadas visões sobre resistência do consumidor evoluíram com o passar dos anos sem possuir “base num modelo social e

ideológico único” (DALMORO, PEÑALOZA e NIQUE, 2014, p. 120). Isso significa dizer que existem diversos teóricos conhecidos por abordar o tema em questão sob determinada ótica seja ela mercadológica e libertadora ou não. Então, como forma de posicionar a presente discussão dentro de um alicerce teórico, é importante construir uma breve linha temporal daquilo que já fora discutido a respeito dos principais conceitos acerca da resistência e como tais reflexões se encaixam na pirataria virtual, dentro do atual sistema capitalista. Originalmente, os estudos de Peñaloza e Price (1993) foram considerados como o pontapé inicial no que diz respeito à análise do fenômeno da resistência associada ao mercado, mais especificamente à Teoria de Cultura do Consumidor. No entanto, ainda que não pelo Marketing, o conceito de resistência já havia sido levantado antes no campo das Ciências Sociais e Humanas.

Até então, alguns teóricos já estudavam o assunto, mas sem associá-lo ao mercado propriamente. Além do já mencionado Karl Marx, clássicos da literatura como Max Weber (1984), Michel Foucault (1977), Pierre Bourdieu (1984), Jean Baudrillard (1968) e Michel de Certeau (1984) tiveram contribuições significativas e que foram devidamente incorporadas na discussão por autores posteriores a eles, como o trio teórico em questão. Dalmoro, Peñaloza e Nique (2014) abordam que o primeiro clássico pensava haver um processo mental de resistência dos dominados frente ao poder exercido pelos dominantes, já o segundo interpreta que existem formas desiguais de poder responsáveis por levar o sujeito, na condição de dominado, a resistir por conta própria. O terceiro, por sua vez, percebia que a resistência era uma consequência inevitável da dominação presente nas relações de poder da sociedade que se dava por meio de um processo de autorreflexão. Quanto ao quarto clássico, também pensava na resistência como expressão autônoma do indivíduo, mas que poderia não ser tão eficaz caso os produtores culturais incorporassem essa resistência à sua lógica dominante de funcionamento. No que tange ao último, ele entende que a resistência está nas práticas do dia a dia para questionar o status quo, já que os indivíduos são autônomos diante da influência das indústrias culturais e exercem certos tipos de agência em manifestações na vida cotidiana.

De acordo com levantamento de Roux (2007) feito até a época e sua publicação, a maioria das pesquisas a respeito desse tema possuíam caráter qualitativo, portanto, exploratório e eram caracterizados por analisar um contexto do qual um comportamento de resistência acontece por vez, algo comum até hoje nos estudos. O que significa dizer que, para ele, as metodologias utilizadas são limitadas por três motivos: 1) o objeto de análise é específico a um determinado contexto e não permite generalizações conceituais para contribuir

com a discussão, 2) foco em abordagem puramente comportamental o que faz com que o estudo parta de uma premissa absoluta de que os consumidores representam força de resistência e 3) imparcialidade não é garantida nas perguntas do pesquisador haja vista suas intenções em fazê-las e nem nas respostas, uma vez que o consumidor nem sempre tem facilidade em transformar em palavras comportamentos que são mais subjetivos e não são socialmente bem categorizados. Pensando nisso, o presente trabalho buscou a não se ater a esse tipo de abordagem e a ter cuidado com esses aspectos levantados como maneira de trazer um novo ar para a temática da pesquisa. Afinal, trata-se de um tema de pesquisa, de certa forma, imaturo por estar em processo de delimitação de territórios e fenômenos (KRAEMER, ROSSI e SILVEIRA, 2012) e que permite abordagens e metodologias de estudos distintas das já existentes.

Pelo fato de o tema resistência do consumidor ser comumente equiparado ao conceito de anticonsumo (GALVAGNO, 2011), ainda que se trate de outra definição, acredita-se não ser possível separar ambos em um mesmo trabalho (LEE et al, 2011). Assim, tendo em vista, os trabalhos de Galvagno (2011) a principal diferença entre um e outro está no fato de que os estudos sobre resistência do consumidor focam nas relações de poder que existem entre o mercado e o consumidor, enquanto o anticonsumo se atém a ideia do ser contra o processo de consumo (KRAEMER, ROSSI e SILVEIRA, 2012). Por mais tênue que seja a linha entre os conceitos, evidenciando uma possível fragilidade teórica, é importante perceber que a priori o presente estudo procura questionar se a pirataria virtual está mais para uma forma de resistência diante do mercado hegemônico e do que questionar como prática de anticonsumo, já que o consumo existe ainda que não de forma financeiramente direta. Ao longo do trabalho, trabalharemos melhor com essa ideia e, também, com a noção de que na pirataria virtual “há consumo menos ser haver consumo” visto que, por mais que essa percepção esteja ligada à compra na ótica da indústria, o ato vai além da compra por si só (CESAR, 2013, p. 53).

Ainda na visão do trio teórico acima, para Peñaloza e Price (1993), são muitas as formas de resistência do consumidor e elas são baseadas em 4 eixos. Podendo variar de ação individual a coletiva, de reformista a radical, influenciadora das decisões de corporações a inovadora nas ressignificações dos bens do mercado e, por fim, apropriadora das instituições ou então apropriadora de agentes não mercadológicos, isto é, fora do mercado como ferramentas de resistência. Inicialmente, a ideia de que o indivíduo estaria a todo momento resistindo e aceitando aquilo que os agentes de marketing disponibilizam ao público começa com essas próprias autoras. Em seguida, surge na academia a ideia de Firat e Venkatesh

(1995) e Firat e Dholakia (1998) de que os consumidores por meio de atividades colaborativas são capazes de ressignificar tudo aquilo que lhes é mercantilizado para dar uma forma mais livre àquilo que consome vindo do mercado. A dupla Ozanne e Murray (1995) pensam parecido no que diz respeito ao pensamento de que só é possível resistir de forma emancipatória ao mercado se o indivíduo criar consciência crítica a tal ponto de ressignificar os valores do código de consumo. Naturalmente, a virada do século abriu espaço para novos trabalhos como o de Holt (2002) cuja visão destoava das anteriores porque reduzia a resistência do consumidor à ideia de que quanto mais o mercado se apropriasse das novas produções de identidade para oferecer produtos culturais específicos de cada demanda, menor era o ato de resistir e maior era o ator de dominar sobre esses mesmos indivíduos.

Pouco tempo depois, circulavam outras teorias de expansão à mencionada anteriormente. A partir dos estudos de Thompson (2003 e 2004), questionava-se sobre as condições de resistência frente a um mercado haja vista toda estrutura condicionadora a qual o consumidor pertence. Para ele, os dois lados da moeda (poder corporativo e consumidores ativistas) são forças de um mesmo pêndulo o qual está em constante mudança. Sendo assim, o foco de suas análises está em levantar reflexões acerca das tentativas de superar as influências dos discursos de poder e não em categorizá-las como verdadeiramente autônomas ou livres. Afinal a resistência no nível individual se mostrou restrita a ponto de não extrapolar as limitações já sinalizadas por Holt, anteriormente. A partir de todas essas contribuições, surgem demais estudos identificando qual era o discurso dominante e as práticas de resistências visíveis no mercado, dando visibilidade maior para quem são os sujeitos envolvidos nessa tensão de valores já que a resistência não podia ser vista como individual. No mesmo artigo, o trio Dalmoro, Peñaloza e Nique (2014) entende que não são apenas os consumidores e produtores que participam dessa disputa por resistir ou dominar, outros teóricos vão entender a Internet (GIESLER, 2008) e o governo (KARABABA e GER, 2011) como agentes que podem influenciar no domínio das relações de poder do mercado, como será visto na sequência do estudo.

2.2 PIRATARIA E O IMPASSE RELATIVO

Os conceitos de ética-moral são levantados com frequência em discussões acerca da prática de pirataria, que enquanto realidade social passa a ser inerente à cultura. Sob a ótica da indústria, entende-se por pirataria todo uso não previamente permitido de propriedade

intelectual e, portanto, o conceito em si se encaixa em situações para além de consumo de bens culturais no meio digital. Independentemente de ser pirataria de fármacos, flora e fauna ou vestimenta e acessórios, por exemplo, a questão é que a maioria de tais situações é comumente associada dentro do imaginário social à tráfico de drogas, armas, ou seja, atividades com potencial de risco muito maior e mais direto à sociedade no geral. Dessa forma, a conotação da terminologia da palavra, constantemente utilizada de forma indiferenciada e um tanto quanto arbitrária, contribuíram para a percepção social da prática como um desvio a ser hostilizado. Deslegitimando, assim qualquer possibilidade de enxergá-la para além de um crime digno de penalização legal.

No entanto, faz-se necessário ir além das definições legais acerca do conceito de pirataria de modo a entendê-la como aquilo capaz de construir identidades a partir de experiências pessoal e coletiva e de oferecer capital cultural¹ aos seus praticantes. A partir do momento que se pretende isso, é possível compreender esse fato em uma maior amplitude visto que o significado da palavra e de sua prática no cotidiano, em muitos casos, sequer são percebidos pelo usuário da pirataria como crime. Dada a naturalidade da prática, o caráter legal ou não da reprodução não ganha tanta importância. Trata-se de uma visão bastante subjetiva sob a perspectiva da comunidade de usuários, porque além disso, a maioria das cópias realizadas nessas trocas virtuais é para uso pessoal (CESAR, 2013, p. 16). Isso significa que não existe um real ganho de capital econômico por parte do usuário e, portanto, a mera cópia de um produto original está muito mais no campo da sua inserção no mercado e deleite de bens culturais como entretenimento do que de movimentação de lucros. Como disse Pierre (1997), “no mundo digital, a distinção do original e da cópia há muito perdeu qualquer pertinência” (LEVÝ, 1997, p. 48). A diferença, é claro, reside no fato de que a distribuição na rede de qualquer bem hoje ganha escala global em questão de segundos. Com isso em mente, o compartilhamento ilegal de arquivos na internet difere da pirataria física pelo fato de:

Primeiro, os objetos pirateados em um espaço virtual não são falsificações, e sim reproduções exatas dos originais, iguais em todos os aspectos. A única diferença é o meio pelo qual são transmitidos – entre usuários pela internet. Enquanto houver uma fonte online é possível reproduzir cópias idênticas

¹ Em sua obra intitulada “What makes a social class? On the theoretical and practical existence of groups”, o autor Pierre Bourdieu classifica de forma ambígua o conceito de “capital cultural” como sendo um recurso de poder que é capaz de levar à mobilidade social “neste universo específico que é a luta (ou competição) pela apropriação de bens escassos” (BOURDIEU, 1987, p. 4). O conceito nos é importante para pensar a cultura frente as relações de poder presentes na sociedade e o seu sentido de posse de informação é favorável para pensar a estruturação dos setores de classe, ainda que a noção de posição de classe tenha se diluído em um contexto de capitalismo avançado cujos agentes se estruturam a partir de uma lógica de fragmentação.

infinitamente e transmiti-las a qualquer parte do mundo, ignorando barreiras geográficas. Em segundo lugar, a pirataria virtual realizada nas comunidades de compartilhamento de arquivos não gera circulação financeira como na pirataria de bens materiais porque não faz parte do *ethos* destes grupos. Os bens culturais não são vendidos, mas postos em circulação para troca e compartilhamento por um princípio ideológico de livre acesso à informação. Isto significa que não há comércio e nem mercado, se aproximando de um modelo econômico percebido em sociedades arcaicas. (CESAR, 2013, p. 11)

Ainda que não façamos distinção de classe dos usuários nesse trabalho, é importante olhar para o grupo economicamente menos favorecido que é, de muitas maneiras, posto à margem da sociedade e daquilo que o mercado é capaz de oferecer. Quando isso acontece, perde-se a noção de que eles são reais cidadãos que possuem direitos fundamentais. Consequentemente, permanece um sentimento de exclusão bilateral, uma vez que nem o restante da sociedade o vê como integrante do grupo nem o próprio grupo se vê participante do todo. Sem o exercício pleno desse direito, o processo de desenvolvimento daquilo que diz respeito à identidade de um grupo fica debilitado. Sendo assim, como entende o autor Pierre Lévy (1999), a rapidez no ritmo da alteração tecno-social motivada pelo desenvolvimento das tecnologias e comunicação coletiva exige uma participação mais ativa dos indivíduos já integrantes, ao mesmo tempo que gera uma exclusão mais radical daqueles que não participam. Com isso, aqueles que não entraram no ciclo de apropriação do ciberespaço possuem ainda mais dificuldade de entrar e participar desse lugar que exige certa destreza tecnológica advinda de constante manuseio dos dispositivos. Além do mais, a própria intangibilidade e importância da informação em rede favorece que a percepção da prática da pirataria enquanto crime se dilua no imaginário social, afinal, a reprodução de um bem imaterial não implica na sua perda, mas no seu aproveitamento por uma gama ainda maior de indivíduos a partir de sua cópia.

Ora, os novos recursos-chaves são regidos por duas leis que tomam pelo avesso os conceitos e os raciocínios econômico clássicos: consumi-los não os destrói, e cedê-los não faz com que sejam perdidos (...) Ora, uma vez mais, se transmito a você uma informação, não a perco, e se a utilizo, não a destruo. Como a informação e o conhecimento estão na fonte das outras formas de riqueza e como figuram entre os bens econômicos principais de nossa época, podemos considerar a emergência de uma economia da abundância, cujos conceitos, e sobretudo as práticas, estariam em profunda ruptura com o funcionamento da economia clássica.” (LÉVY, 1997, p. 55-56).

2.3 PIRATARIA E SEU ASPECTO SUBJETIVO

Durante algum tempo, a Teoria Hipodérmica por Harold Laswell conceituada na Escola Norte-Americana em meio ao período de regimento totalitário, ganhou popularidade entre os intelectuais nos estudos pioneiros acerca da influência da mídia sobre a sociedade. Na época, “os meios de comunicação seriam como uma agulha, injetando seus conteúdos em uma massa amorfa e atomizada” (MELO, MORAIS e SOUZA, 2014, p. 35), isto é, o consumidor possuía um comportamento passivo e uniforme diante de uma mensagem dos meios de comunicação de massa. Com o tempo, a teoria apoiada na psicologia behaviorista foi desbancada pelo fato de ser um equívoco pensar no processo comunicativo como algo linear e mecanicista, isolado de qualquer contexto cultural ou social. As lacunas dessa teoria levaram ao avanço de novas pesquisas empíricas e nessa perspectiva, “a hipótese dos ‘usos e gratificações²’, ocupa, na evolução da *communication research*, um lugar mais importante do que apenas aquele ligado à teoria funcionalista” (WOLF, 1992, p. 62). Desde a virada da década de 80/90, falou-se menos em sociedade de massa e cada vez mais em sociedade segmentada e interativa.

O conceito de indústria cultural cunhado, em meados do século passado, pela dupla de teóricos da Escola de Frankfurt, Adorno e Horkheimer, nos permite pensar em um momento histórico de mercantilização da cultura capaz de coisificar o homem e homogeneizar sua subjetividade. Em Caniato e Rodrigues (2012), com os aparatos dos meios de comunicação, a cultura passa a ser entendida a partir de seu valor de troca, isto é, enquanto mercadoria não apenas influencia a questão ligada à circulação e produção, mas como os próprios valores estereotipados assimilados pelo indivíduo em seu processo identificatório. Na visão dos teóricos frankfurtianos, ao invés de promover a autonomia do indivíduo, a reprodutibilidade técnica gera uma padronização que transforma o homem em um simples objeto da indústria cultural de modo a massificá-lo e idiotizá-lo, passando uma falsa sensação de real e realização do indivíduo pela ótica do consumo. A esse respeito, temos a passagem a seguir como

² Essa hipótese, associada à teoria funcionalista, diz respeito aos estudos de mídia clássicos que pressupõem que o receptor é ativo nos processos de filtro diante dos meios de comunicação. Para Melo, Morais e Souza (2014) a “corrente de estudos denominada ‘Usos e Gratificações’ está inserida, no que pode ser considerada a segunda geração das investigações sobre os efeitos limitados. Os primeiros estudos foram realizados na década de 1940, mas foi a partir de 1970 que a teoria ganhou dimensão com as investigações de Elihu Katz, Denys McQuail e Jay Blumler. Em sua abordagem, o eixo de indagação sobre o processo comunicacional se desloca e, ao invés de questionar o que os meios fazem com as pessoas, a preocupação está em saber o que as pessoas fazem dos meios. Por que usam e para que usam? Parte do princípio de que as necessidades das pessoas têm influência na forma como elas usam e respondem aos meios. A partir das suas motivações individuais, selecionam os canais e consomem os conteúdos que lhes interessam e, gratificam de alguma forma.” (MELO, MORAIS e SOUZA, 2014, p. 128).

referência do pensamento adotado anteriormente.

A racionalidade técnica invade todas as esferas da vida humana, inclusive (e principalmente) a produção de bens culturais. A partir da reprodutibilidade mecânica desses bens, o que deveria promover a autonomia (singularidade/individualização) humana, passa a gerar nivelamento, normalização e padronização. Esses bens culturais são propagados por todo um aparato técnico construído pela ciência: revista, rádio, cinema, televisão. A fusão da cultura com a tecnologia minou o seu caráter revolucionário, pois impôs a assimilação acrítica como única função da “cultura”; assim, ela se tornou uma expressão da razão instrumental (que é o pensamento racional como instrumento do capital, isto é, do quantitativo). Toda a forma de pensamento qualitativo (reflexivo), de razão teórica e contemplativa, foi desprestigiada. Portanto a indústria cultural, por meio de uma reprodutibilidade mecânica, transformou o homem em estatística, um simples objeto de consumo. (CANIATO e RODRIGUES, 2012, p. 233)

A essa tal nova era segmentada e interativa, que passa a ver a mídia como um elemento inerente ao seu aspecto fundamentalmente tecnológico e não mais de controle social, denominamos de cibercultura. A ponderação conceitual feita diz respeito ao trabalho de Lévy Pierre (1999) que entende o termo como “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” (LÉVY, 1999, p. 16). Termo que, por sua vez, é entendido pelo próprio autor não apenas como o universo infra estrutural da comunicação, mas também o informacional na nova era da interconexão dos computadores. Portanto, nós consumidores - enquanto engrenagens importantes do vigente sistema econômico e político capitalista - nos apropriamos de produtos e serviços disponíveis no mercado, ressignificando-os o tempo todo de acordo com nossa própria visão. Além de não ser passivo diante de intermediários culturais - na forma de indústria do entretenimento - como Adorno e Horkheimer (1985) entendiam na época, o sujeito é capaz de criar diferentes resultados a partir do que seus sentidos permitem compreender do mundo.

Diante do cenário que diz respeito ao caráter tecnológico da sociedade, entra em questão um novo modelo de comunicação, a partir da web, que veio para substituir o modelo anterior. Agora, a cultura de redistribuição em rede abre portas para novas formas de acesso, produção, mas também de partilha de forma mais descentralizada e ampla entre os usuários, confrontando qualquer barreira que vá contra o preceito básico de democratização da informação. Esse novo modelo oferece novas possibilidades além do mercado tradicional e nem de longe representa o fim do capitalismo, sendo na visão de Mason (2008), o

“capitalismo *punk*” a representação mais democrática de “uma sociedade onde a pirataria (...) é ‘apenas um outro modelo de negócios’” (MASON, 2008, p. 8). Assim, a criação de leis e regulamentos representantes dos interesses da economia de mercado já não são o bastante, ao menos não como são escritos e aplicados hoje, para interromper essa rede de compartilhamento e menos ainda para interromper a prática cultural corriqueira da pirataria e tudo o que ela pode oferecer e representar.

O emprego desse conceito diz respeito a uma visão da nova fase do capitalismo. Nela, os piratas são vistos como responsáveis por provocar uma transformação no mercado a ponto de modificar o funcionamento do próprio sistema econômico. O que o autor interpreta como “dilema do pirata” atravessa como uma das questões econômicas e culturais mais importantes do século presente: competir ou não com a pirataria? Para isso, categoriza esse novo mundo habitado por “uma resistência criativa que ganha dinheiro colocando tanta ênfase em realmente fazer a diferença como eles fazem em transformar um lucro” (MASON, 2008, p.8). Sua visão a respeito do tema é que o capitalismo *punk* é um novo modelo de democracia descentralizada que alia altruísmo com interesse próprio para forçar novas formas de distribuição, empresas a serem mais competitivas e inovadoras e tudo isso a partir de ferramentas tecnológicas capazes de produzir grandes empreendedores sociais. Em suas palavras:

[...] pessoas, corporações e governos ao redor do planeta estão enfrentando um novo dilema – o dilema do pirata: como deveríamos reagir às condições de mudança na nossa nave? Os piratas estão aqui para nos destruir ou nos salvar? Eles são uma ameaça a ser combatida ou inovadores com os quais devemos competir e aprender? Competir ou não competir - essa é a questão - talvez a questão econômica e cultural mais importante do século XXI³. (MASON: 2008, p.4, tradução nossa)

A partir de sua relevância, é pertinente posicionar essa ideia dentro de um conceito maior a respeito da nova fase da qual vivemos chamada de capitalismo cognitivo ou era informacional. Nele, trata-se “de processos, e como é da natureza dos mesmos, não há um fim, uma meta final (*end goal*), mas sempre uma dinâmica em aberto, cabendo sempre mais inputs, mais parceiros, mais pontos de vista” (MESSIAS, 2014, p. 81). Para o autor, nas últimas décadas, o caráter imaterial das relações de sujeições nos indica um aspecto social

³ [...] people, corporations, and governments across the planet are facing a new dilemma—the Pirate’s Dilemma: How should we react to the changing conditions on our ship? Are pirates here to scupper us, or save us? Are they a threat to be battled, or in- novators we should compete with and learn from? To compete or not to compete—that is the question—perhaps the most impor- tant economic and cultural question of the twenty-first century³. (MASON: 2008, p.4)

bastante interessante. É exatamente nesse período de capitalismo que a informação e a nossa capacidade de produzir diferentes conjuntos de ideias são entendidas como recursos extremamente relevantes, afinal, a fase está situada em um contexto tecnológico muito marcante e significativo.

Nos últimos 20 anos, a experimentação de tudo o que a Internet proporciona à sociedade nos leva a repensar constantemente sobre nosso ser e estar no mundo, influenciando de diferentes formas as mais diversas áreas de estudo. Portanto, dentro do atual contexto digital em que vivemos, a informação adquire valor estrutural e essencial na organização da vida e no fomento da interação humana (SATURNINO, 2015, p. 40). Ainda que estejamos “todos” conectados em rede, é importante lembrar que essa inclusão digital não é total e é excludente em diferentes graus para diferentes grupos, afinal aqueles que são “digitalmente excluídos também o são socialmente, pois o acesso à informação e capacidade de transformá-la em conhecimento são fatores decisivos da inclusão social” (GONÇALVES, 2013, p. 9). Portanto, é pensando nisso que trouxemos ao debate à concepção ideológica do mercado pirata como um espaço de autodeterminação dos sujeitos o qual promove certa horizontalidade de acesso e autonomia de consumo e, além disso, contagia produções de subjetividade e criatividade colaborativa por meio de suas práticas de inclusão digital.

Por mais democrática que a Internet aparente ser, a desigualdade social é um pilar estrutural do atual sistema capitalista e, portanto, muitos conteúdos jamais seriam acessados por determinados usuários se não fosse a via alternativa ou pirata. Dessa forma, a democratização de acesso a produtos culturais por via da pirataria amplia o horizonte do indivíduo e entende-se por horizonte toda uma gama de possibilidades de se expressar, de compreender, de produzir, de criticar e tantas outras manifestações que o indivíduo pode experimentar. Portanto, isso indica a constituição de um processo de subjetividade que põe em movimento redes de sociabilidade, manipulação de dispositivos complexos e o incentivo à produção e criação livre (MESSIAS, 2015) que apesar de direcionado à temática de pirataria de games em sua obra, também pode ser aplicado ao presente estudo sobre produtos audiovisuais. Com isso, o contato com a cultura e todo conhecimento advindo dela fortalece o exercício da cidadania e, conseqüentemente, fortalece a inclinação natural e potencial do indivíduo à vida social. Afinal, o download pirata pode ser entendido como “uma forma de socialização e formação de comunidade através de um ato percebido como ilegal” (CESAR, 2013, p. 82), conforme veremos no capítulo final a partir da análise do objeto de estudo.

O autor Daniel Cesar (2013) também defende que o caráter ideológico da pirataria

como contracultura, visto sua posição contrária ao status-quo da ideia de propriedade e seus usos, está associado a valores como liberdade de informação, colaborativismo e igualdade. São esses mesmos valores que, por sua vez, formam verdadeiras comunidades cujas perspectivas políticas são compartilhadas pelos usuários mais integrados (CESAR, 2013, p. 82). E ajudam a manter uma maior diferença cultural diante dos imperialismos políticos, econômicos e, também, midiáticos. Isso permite inferir que ainda que nem todos os consumidores piratas possuam a mesma percepção sobre suas atividades de oposição e apropriação, o fato é que - enquanto produto de ações de rejeição a um determinado modelo de sujeição de consumo e produção - a pirataria se constitui como uma produção de diferença. Diferença essa valiosa diante de um movimento constante de privação e escassez induzida de acesso a produtos culturais, análise destinada para os próximos capítulos.

O mesmo teórico acima entende, nessa obra, que a pirataria se estabelece como prática estruturada e estruturante. Primeiro porque se tornou natural que bens protegidos por direitos autorais sem autorização prévia fossem compartilhados e segundo, porque é parte de uma mobilização de cunho ideológico contrária à exploração da propriedade intelectual como meio de produção. Com isso mente, as barreiras de imposição sobre o que deve ser consumido de acordo com o que a indústria disponibiliza no mercado se diluem no ambiente virtual. Pelo fato de todos os bens estarem gratuitamente acessíveis na rede, a escolha do usuário sobre o que consumir aumenta e diversifica significativamente, trazendo à tona a ideia de certa autonomia de escolha.

Antecipando brevemente a questão dos direitos autorais, discutida mais profundamente ao longo do trabalho, é possível refletir sobre o ponto da autodeterminação das escolhas de consumo a partir da pirataria. Dentre outras críticas ao sistema de direitos autorais, a autora Ângela Kretschmann (2009) entende que um dos seus objetivos enquanto lei é o de enfraquecer a capacidade humana de ter o poder de escolher aquilo que vai ler, ouvir ou assistir. Portanto, pensar no consumo de pirataria é pensar nessa experiência de liberdade de fugir de uma completa manipulação da indústria cultural, responsável por pré-definir quais produtos devem ser consumidos no mercado, em especial no audiovisual. De forma sutil, claro, mas arbitrária. No entanto, é perceptível que essa liberdade possa ser interpretada como parcial, afinal, é relativamente comum o consumo alternativo de séries e filmes, frutos do *mainstream* de entretenimento. Veremos que isso não anula o potencial de transgressão do movimento que, não por acaso, provoca uma reação bastante violenta não só do mercado, como principalmente, do Estado do ponto de vista recriminador da prática. Portanto, o

consumo de obras tidas como massificadas não é entendida como o fim da pirataria, mas um caminho em direção a processos maiores de emancipação.

No que tange à essa divulgação em massa, o autor Lyotard entende ser inevitável transformações no que dizem respeito à transmissão e armazenamento de conhecimento. Para ele, “a prática de copiar de extrair da internet está amplamente disseminada, já indissociável do próprio espírito social e econômico, do *zeitgeist*⁴ pós-moderno” (MANCHINI, 2009, p.19). Então, é um tanto quanto de se esperar que o consumo de produtos amplamente conhecidos no mercado também seja realizado por grupos e indivíduos heterogêneos, ainda que a visão estigmatizada do ser “pirata” tenda a percebê-los de forma generalizante. A escolha por essa visão dominante acerca do fenômeno da pirataria não apenas filtra e pretere um discurso diante de outro como também ofusca todos os enfoques decorrentes de uma visão mais libertária e ampla, mas que procuramos suscitar aqui. Pode-se dizer que a necessidade de consumo é, de certo modo, indistinta nos diferentes estratos sociais se pararmos para pensar que somos ávidos a consumir como forma de participação do meio e validação de nossa própria existência. No entanto, é claro, que esses formatos de consume vão se diferir de posição para posição social. Portanto, conforme dito por Manchini (2009), em meio a um contexto massacrante de informação, soa um tanto quanto anormal ser cobrado pela distribuição de conteúdo ou mesmo ser controlado a consumir ou não determinado produto disperso na rede.

Adentrando nesse potencial revolucionário da pirataria, a partir do momento que o conhecimento, de fato, for entendido como força motriz para o desenvolvimento de um país é que será possível pensar em uma real participação competitiva no mercado global. Não abordamos aqui uma questão meramente econômica, mas do ponto de vista social de permitir e garantir que todos os cidadãos tenham plenas condições e competências de acesso às tecnologias do mercado como forma de construir uma sociedade mais igualitária, justa e, conseqüentemente, com melhores condições de vida. No entanto, o autor Messias (2015) engrandece com o pensamento a respeito do seu entendimento sobre a necessidade de uma destreza digital e interpretação informacional para que os indivíduos possam trafegar pelo

⁴ A partir de uma matéria do veículo Meio & Mensagem, o conceito de “*zeitgeist*” pode ser explicado como uma espécie de espírito da época analisada. Nesse sentido, a vida em rede e a conexão com a internet parecem ser aspectos inerentes à existência do indivíduo dos dias atuais e caso tivéssemos que resumir a nossa era em apenas duas palavras-chaves, as que melhor descreveriam seriam “conexão” e “rede”. Afinal, de acordo com a matéria “Sem a internet, a gente não é”. Disponível em: https://www.meioemensagem.com.br/home/marketing/ponto_de_vista/2014/02/06/zeitgeist.html. Acesso em: 4 mar, 2021.

tecido social e, conseqüentemente, contribuam com o potencial econômico da sociedade que os cerca. Nesse sentido, o potencial de desenvolvimento da sociedade no contexto da cultura digital é medido, em boa parte, por níveis satisfatórios de investimento em infraestrutura. O suficiente para fortalecer os níveis de iliteracia digital e de produtividade no quesito produção e circulação de bens, conforme passagem abaixo:

Baixos índices de iliteracia digital e, por conseguinte, investimentos em infraestruturas que permitam aumentar o seu livre acesso e os ganhos na produtividade que são medidos pelos níveis da sua produção e da sua circulação, determinam, cada vez mais, a força destas sociedades. Neste sentido, a tecnologia não se apresenta como um problema meramente econômico. Ela integra, potencialmente, como acreditam os economistas políticos, uma decisão política que incide sobre os investimentos para o seu acesso e, muito mais, na garantia de que todos os cidadãos tenham competências suficientes para as utilizar (Sousa, 2011). (SATURNINO, 2015, p. 11).

Toda essa percepção traz à tona a discussão sobre a verdadeira alfabetização tecnológica e letramento digital (MESSIAS, 2015) sob um ponto de vista mais político. Em sua obra, o autor José (2015) entende que os desejos e afetos seriam aspectos capazes de reorganizar e recodificar a capacitação tecnológica experimentada por indivíduos com menor poder a ponto de se mover pela rede. Nesse sentido, vivemos em uma fase do capitalismo cuja produção e consumo já são intrinsecamente coletivos e a procura por maior acessibilidade e demanda cultural se configuram como uma tentativa de ruptura do mercado cuja natureza é comercialmente exploratória e exclusivista. E é nessa prática de consumo mais inclusivo dentro do ambiente digital é que podemos observar o desenvolvimento de uma capacitação cognitiva capaz de construir uma cultura com potencial libertário voltado ao entretenimento de modo quase que à parte daquela que conhecemos e participamos. No entanto, será que é possível falarmos em resistência “fora” do mercado, isto é, se posicionar contra o mercado, mas sem participar dele? O próximo capítulo se ocupará em propor reflexões sobre essa indagação e sobre as possibilidades de limites do ativismo mediado por consumo.

3 CONSUMO E ATIVISMO

O mundo experimentou mudanças estruturais significativas com movimentações históricas, a partir do século XVIII, a exemplo da Revolução Industrial e Revolução Francesa seguida do Iluminismo. Desde então, o consumo passou a ser objeto de conhecimento não somente por seu impacto no desenvolvimento econômico como também por seu caráter mediador das relações humanas no campo da cultura moderna global. Todo processo simbólico social construído passou a ser cruzado pela ótica do consumo, clareando a relevância que a análise do período de consolidação das sociedades modernas ocupa no entendimento das novas dinâmicas culturais nas sociedades contemporâneas, situadas na fase avançada do capitalismo cognitivo e pós-industrial. Nesse sentido, o autor Pasquinelli entende que a utilização de recursos imateriais ganha maior importância do que a antiga valorização do poder braçal do indivíduo, de modo que a flexibilização das dinâmicas produtivas e de consumo fomentam um cenário de hegemonia do trabalho intelectual.

No início da era industrial, o capitalismo explorava os corpos humanos por sua energia mecânica, mas logo se percebeu que a série de atos criativos, medidas e decisões que os trabalhadores constantemente devem tomar é o valor mais importante que eles produzem. Alquati define como informação justamente todas as micro-decisões inovadoras que os trabalhadores devem assumir ao longo do processo produtivo e que dão forma ao produto, mas também dão forma ao aparato maquinário⁵. (PASQUINELLI, 2011, p. 07, tradução nossa)

A revolução digital não fez perder a noção de propriedade aplicada agora aos objetos imateriais. Na verdade, a diferença é que a sua sujeição à ideia de multiplicação e difusão da informação promove um cenário de fortes atritos cujo caráter central é assumido por um instrumento jurídico controlador. Nesse sentido, o autor Messias (2014) percebe que o capitalismo de poucas décadas para cá passou a ser entendido como cognitivo por conta de uma forte influência da informatização, afetos e sociabilidades nos modos de produção e consumo da sociedade. Ainda em suas palavras, a essa nova fase “significa referenciar o caráter imaterial ou intangível de suas relações de sujeição para além de critérios puramente econômicos” (MESSIAS, 2014, p. 79). Faz-se importante frisar que a análise do fenômeno de

⁵ At the beginning of the industrial age capitalism was exploiting human bodies for their mechanical energy, but soon it was realized that the series of creative acts, measurements and decisions that workers constantly have to take is the most important value that they produce. Alquati defines as information precisely all the innovative micro-decisions that workers have to take along the production process and that give form to the product but also give form to the machinic apparatus⁵. (PASQUINELLI, 2011, p. 7)

compartilhamento de arquivos em formato digital escolhido para a discussão diz respeito ao consumo de entretenimento com ênfase em produtos audiovisuais de grandes corporações.

Na medida que entendemos os sentidos do mundo e visões da vida a partir de produções simbólicas oriundas de interações sociais, fica mais evidente como a multiplicação da informação e do conhecimento são essenciais para a participação na construção desse universo cultural. É partindo do entendimento da cultura como aquilo que dá sentido às nossas ações, discursos, experiências individuais e, também, coletivas que o trabalho objetiva analisar a configuração do papel do consumo nesse meio de valoração de produções intangíveis. Afinal, como diz Canclini (1995), o consumo é um espaço que congrega atritos resultantes da participação desigual da estrutura produtiva e a participação social dos sujeitos envolvidos acontece menos por práticas de cidadania e mais pela via do consumo.

Na visão de Cova et al (2007), dentro de uma perspectiva tradicional, o consumo pode ser dividido levando em consideração duas visões de consumidor: aquele consoante e imerso no próprio sistema mercadológico e aquele divergente do qual procura resistir às imposições do mercado. Nessa dualidade, o consumidor atua “um processo social complexo, um jogo de experiências e práticas de consumo acirrada pelo dilema entre aceitar ou resistir às implicações subjogadas a determinada cultura de consumo” (ALBUQUERQUE, 2010, p. 45). Se formos olhar para a segunda visão, temos que a prática da pirataria digital pode ser entendida como uma forma de ciberativismo uma vez que possui potencial de sabotar a tentativa de tratar a cultura e comunicação como exclusividade de poucos e a tentativa de impor o consumo preferencial de determinados produtos oferecidos na rede. E aí entra o questionamento desse estudo: existe a possibilidade de tentar resistir sem estar submerso nessa cultura hegemônica?

Antes de mais nada, o autor Saturnino (2015) interpreta que a informação não possui, a priori, uma qualidade de mercadoria típica. Toda a geração de valor a respeito desse elemento imaterial quanto ao seu teor mercantil foi construída a partir de uma apropriação feita das tecnologias das redes. Para o autor, essa estratégia serviu ao próprio sistema capitalista também por ter potencializado que a informação pudesse circular de forma mais dinâmica a favor da acumulação de capital pelo fato de induzir a um constante processo de reciclagem de mercadorias que buscam atender as inúmeras demandas que surgem no mercado. Assim, por se tratar de um bem impalpável que circula em uma rede cujas possibilidades são incalculáveis, é comum pensar que a informação tende ao infinito e, portanto, sua reprodutibilidade à nulos custos seria uma consequência natural de sua

existência. No entanto, nas palavras do autor e com base nas leis que protegem conteúdos de serem copiados e repartilhados para além daquele consumidor que os adquire pela via da compra, entramos em um conflito histórico entre o direito de propriedade privada e a confrontação da privatização do saber, a exemplo do trecho abaixo.

Será pela falta de opções técnicas eficazes para preservar a sua exclusividade e controlar a sua circulação, que o mercado investirá a sua força em reivindicar ao campo jurídico a criação de um quadro regulatório rigoroso e apertado a fim de controlar, vigiar e punir as formas dissidentes de interação com tais bens. Nesta ordem de pensamento, a dureza da propriedade intelectual, que será brevemente discutida na tese, fundamenta-se como uma norma legal de privilégios monopolistas que aparenta colocar em risco os interesses públicos em relação ao fundamento humanista sobre o livre acesso à cultura, à ciência e ao conhecimento (SATURNINO, 2015, p. 4).

Pensando nisso, a facilidade com que a tecnologia digital permite a reprodutibilidade de obras artísticas e intelectuais na rede revolucionou o mundo atual. A cópia e retransmissão de dados para outros milhões de computadores em alta velocidade tem coagido transformações do ponto de vista legislativo e do mercadológico. Naturalmente, o aumento do tom de criticidade no debate acerca da propriedade intelectual e imaterial sobre a exploração dos direitos autorais dentro do cenário de pirataria virtual levou a uma reatividade por parte dos atores não favoráveis à tentativa de questionamento do status quo. De forma resumida, Junior e Cruz (2016) entendem que o Estado acaba por enfatizar a retórica hegemônica à luz da legislação brasileira para demonizar a pirataria e a grande indústria do entretenimento enxerga no apoio à criminalização uma manobra de cunho ideológico para manter seus altos lucros financeiros. Na passagem a seguir, Meili (2015) corrobora esse pensamento anterior apontando para reverberações do amplo acesso à internet a partir dos advindos da tecnologia.

A popularização da internet e do compartilhamento de arquivos é uma fonte de ansiedade para as indústrias culturais (MYLONAS, 2012), pois a tecnologia digital que foi desenhada, inicialmente, para minimizar custos de produção, oferece a possibilidade da reprodução sem custos, de maneira que as pessoas apropriam-se dessas tecnologias para satisfazer seus interesses ou necessidades pessoais e superar as limitações sociais em que estão inseridas. (MEILI, 2015, p. 125)

Essa tal ansiedade leva a tentativas de forças desmedidas no aperto da fiscalização⁶

⁶ Uma série de pesquisas realizadas do redor do mundo indica que travar uma batalha contra os contraventores ao taxá-los como criminosos, processá-los e tentar bani-los da Internet possui pouca eficácia se comparado com uma possível tentativa do mercado ressignificar sua visão sobre esse grupo e passe a enxergá-los como consumidores em potencial frustrados que pagariam por serviços de conteúdo mais baratos. Discutiremos o problema da descentralização e encarecimento dos serviços das plataformas de streaming no decorrer do estudo.

acerca da movimentação alternativa na Internet, o que pode gerar um efeito contrário ao que as entidades governamentais e instituições corporativas pretendem. A partir desse enrijecimento, os consumidores do produto original tendem a arcar com o aumento dos preços, que já não são baratos no cenário brasileiro, e, conseqüentemente, com a diminuição de facilidades e aumento da burocracia em consumir pela via legal, o que não é o suficiente para modificar algo que vem se tornando intrínseco no cotidiano do brasileiro. Dessa forma, é urgente pensar que o aumento da punição direcionada aos contraventores e a vigências de políticas que podem infringir a liberdade dentro da internet não são soluções promissoras em nenhum prazo. Afinal, as latentes desigualdades sociais presentes em um país em desenvolvimento como o nosso possuem fator crucial no impedimento ao acesso à informação e conhecimento para grande parte dos indivíduos, favorecendo a relatividade da prática no imaginário do consumidor. Sobretudo, quando pensamos que o Brasil não ocupa um lugar de referência em produções culturais e que, portanto, em muitas vezes enxerga no consumo de obras internacionais a saída para sanar sua demanda por entretenimento. E aí entra em questão: até que ponto direito autoral deve ser mais absoluto do que o direito ao acesso à cultura da população como um todo? O rígido sistema punitivo será inversamente proporcional ao desenvolvimento cultural, conforme entendimento do autor abaixo.

[...] o desenvolvimento da cultura se autoalimenta, na medida em que os autores se valem do repositório cultural comum para efetivar suas criações particulares e, nessa medida, haveria uma verdadeira “dívida moral” dos autores com o resto da sociedade, já que foi a partir do legado social disponível que ao autor foi permitido criar sua obra. Assim, quanto mais restrito for o acesso à cultura disponível (quanto mais rigorosa for a proteção às obras intelectuais), mais restrito será o âmbito de sua reutilização e, conseqüentemente, menor o desenvolvimento cultural; [...] (BRANCO, 2007, p. 05).

E com essa caracterização, é possível ver que a partir do controle exacerbado da indústria e do governo, na forma de leis de direito autoral, os usuários acabam sendo inibidos de desenvolver seu potencial transformador a partir do domínio dos aparatos e dispositivos digitais sob pena de serem rechaçados como contraventores da lei vigente e serem sujeitos às punições previstas na legislação brasileira. Nesse cenário é que a “ambivalência da informação, a elasticidade da ideia de rede e as ambiguidades da pirataria, serviram de aporro para prover uma variedade de conflitos sociais ao nível político, jurídico e econômico até penetrar nas camadas mais intimidas da vida” (SATURNINO, 2015, p. 2). A seguir, o

delinear do estudo passará por esse aspecto mais íntimo e subjetivo desse sujeito praticante de pirataria, buscando refletir sobre os fatores que influenciam sua caracterização enquanto ser contemporâneo.

3.1 CONDIÇÃO SUBJETIVA DO SUJEITO

Com o percurso histórico de transição temporal, surgiram diversos teóricos dos quais buscavam repensar o indivíduo e a sociedade frente aos novos sentidos que emergem para superar a crise identitária experimentada no período transformação de eras. Nesse contexto, é possível pensar em que medida a cultura de massa contribui para a manutenção, reprodução e sobrevivência da sociedade de consumo caracterizada pela produção em massa de bens culturais a qual conhecemos hoje. Os principais nomes incorporados no presente trabalho são David Harvey (1993), Zygmunt Bauman (2005) e Stuart Hall (2006) cujos estudos possuem enorme contribuição para delinear o processo construtivo do consumo bem como seus fenômenos e efeitos na atual sociedade capitalista de modo a entender os contextos culturais atrelados à construção de identidade do sujeito.

No intuito de desenhar o cenário a partir do conceito de “sociedade de consumo” de Baudrillard (1995), deve-se remontar as origens do processo que levou à noção do consumo como algo inerente à sociedade contemporânea por já ter sido totalmente inserida no comportamento humano. A partir do momento que as relações de troca de determinado produto não são mais fundamentalmente condicionadas por seu valor de uso, mas porque foram atribuídos certos significados alheios à sua utilidade, podemos falar em uma sociedade caracterizada por produções e consumos de massa. Isso significa dizer que a simbologia impregnada por trás do ator de consumir bens e serviços aponta para uma forma de reafirmação de uma identidade, pertencimento a um determinado grupo, demarcação de uma posição social, entre outras manifestações comuns ao ser humano, que nos interessa aqui.

Na obra de Slater (2002), vemos que a aquisição de um produto ou serviço passa a representar novas referências que pautam as relações sociais da atual sociedade capitalista, revolucionando percepções das ideias que se tinha de tempo, capital, mercado, espaço e, principalmente, indivíduo. É em um contexto de tamanho dinamismo nos valores, escolhas e simbologias – adiante mais potencializado pelas tecnologias de comunicação - que o indivíduo produz novas identidades tanto no âmbito individual como social, refletindo no senso de coletividade discutido no presente trabalho. Portanto, na visão do autor, o ato de consumir passa a ser uma necessidade existencial porque temos “de produzir e ‘vender’ uma

identidade a vários mercados sociais, a fim de ter relações íntimas, posição social, emprego e carreira”. (SLATER, 2002 apud GONÇALVES, 2007, p. 3).

Em sua obra intitulada “Condição pós-moderna”, Harvey procurou exaltar a importância que o período moderno possui para pensarmos naquele que o sucedeu, o período pós-moderno ou também “capitalismo tardio”. O modelo de acumulação passa a ser marcado por uma flexibilidade de produção e do consumo. Nessa nova fase, busca-se rejeitar qualquer teoria que procurasse contar uma história de aplicação universal da qual o modernismo quisesse totalizar com narrativas construídas na crença do progresso e ideais iluministas. Ainda que antes já houvesse uma noção forte de efemeridade de tudo aquilo que se propõe a ser sólido, o pós-modernismo acaba sendo caracterizado por suas estratégias pluralistas e orgânicas de preocupação “com o significante e não com o significado, com as aparências superficiais e não com as raízes, preocupação com o prazer presente e não com um futuro melhor” (MIRANDA, 2013, p. 39). À luz do pensamento da pós-modernidade como um estágio seguinte ao capitalismo financeiro que se voltou às pequenas narrativas, o autor propôs mostrar como essa condição pós-moderna está arraigada na vida cotidiana e, portanto, é capaz de provocar mudanças profundas no tecido social e econômico em conformidade com a estrutura capitalista que nos sustenta.

Geralmente percebido como positivista, tecnocêntrico e racionalista, o modernismo universal tem sido identificado como a crença no progresso linear, nas verdades absolutas, no planejamento racional de ordens sociais ideais, e com a padronização do conhecimento e da produção. O pós-moderno, em contraste, privilegia a heterogeneidade e a diferença como forças libertadoras na redefinição do discurso cultural. [...] A fragmentação, a indeterminação e a intensa desconfiança de todos os discursos universais ou totalizantes são o marco do pensamento pós-moderno. (HARVEY, 1993, p. 19)

Quanto à Bauman (2001), o autor delineia um de seus conceitos mais conhecidos como “modernidade líquida” para refletir o conjunto de instituições voláteis e relações fluidas que vão servir de base para a contemporaneidade. Toda aquela rigidez das forças balizadoras, na forma de família, classe, religião e Estado da época anterior denominada de “modernidade sólida”, abre espaço para uma nova lógica de consumo incapaz de desenraizar os antigos sólidos e enraizá-los em novas formas sociais modernas já que vida passou a ser um projeto individual, na sua própria visão. De acordo com os estudos de Fragoso (2011), Bauman não acredita que exista um período de pós-modernidade, na verdade, ainda vivemos um período moderno, mas que foi estruturalmente transformado.

Para o sociólogo polonês, alguns anos depois, em sua obra “Identidade”, existe uma

“liquefação das estruturas e instituições sociais. Estamos passando agora da fase sólida para a fase fluida. E os fluidos são assim chamados porque não conseguem manter a forma por muito tempo” (BAUMAN, 2005, p. 57). Por mais que os rígidos referenciais identitários tenham modificado ao longo do tempo em razão do colapso de instituições que outrora construíram as premissas da sociedade moderna, permanece o desejo inerentemente humano de pertencer a um grupo e essa pluralidade de novos modos de vida que surgem como oferta do mercado, inevitavelmente surgem pela via do consumo.

O “derretimento dos sólidos”, traço permanente da modernidade, adquiriu, portanto, um novo sentido, e, mais que tudo, foi redirecionado a um novo alvo, e um dos principais efeitos desse redirecionamento foi a dissolução das forças que poderiam ter mantido a questão da ordem e do sistema na agenda política. Os sólidos que estão para ser lançados no cadinho e os que estão derretendo neste momento, o momento da modernidade fluida, são os elos que entrelaçam as escolhas individuais em projetos e ações coletivas – os padrões de comunicação e coordenação entre as políticas de vida conduzidas individualmente, de um lado, e as ações políticas de coletividades humanas, de outro (BAUMAN, 2001, p. 12)

O autor reconhece que identidade e pertencimento são conceitos ligado entre si pelo fato de o indivíduo apenas atentar para a questão da primeira quando a segunda fosse perturbada e, no caso, foi a partir do momento que as certezas do futuro e a durabilidade das instituições foram se esvaindo. É partir dessa ideia é que podemos perceber que o próprio indivíduo passa a ser responsável por gerenciar esses novos “eus” com as ferramentas disponíveis pelo mercado. Sendo assim, será possível satisfazer as suas próprias demandas e necessidades em uma sociedade cada vez mais seletiva social e economicamente e o que a globalização faz é intensificar esse desejo por meio de ideais de vida a serem alcançados, ironicamente, tornando isso em uma espécie de “mercado” lucrativo. Traçando um paralelo com os estudos de Gonçalves (2007), nesse contexto, a cultura do consumo se encaixa perfeitamente visto que: “se as escolhas individuais estão orientadas à satisfação das necessidades pessoais, e se o consumo é o principal meio de acesso às ações e experiências necessárias à construção da própria identidade, esta acaba sendo convertida em uma mercadoria” (GONÇALVES, 2007, p. 2).

Tornamo-nos conscientes de que o ‘pertencimento’ e a ‘identidade’ não têm a solidez de uma rocha, não são garantidos para toda a vida, são bastante negociáveis e renegociáveis, e de que as decisões que o próprio indivíduo toma, os caminhos que percorre, a maneira como age – e a determinação de se manter firme a tudo isso - são fatores cruciais tanto para o ‘pertencimento’ quanto para a ‘identidade’. (BAUMAN, 2005,

p. 17).

No que diz respeito à Hall (2006), a sua leitura permite a reflexão sobre essa crise de identidade vivida pelo sujeito moderno a partir da descentralização dele com seu mundo social e cultural. Essa fragmentação é vista de forma clara com as mudanças estruturais de novas classificações de ordem étnica, racial, sexual e, também, pessoal, quando a definição de si próprio e do outro passam a ser historicamente plural. Isso significa dizer que assumimos diferentes identidades dependendo do local e da conveniência e todas elas construídas mediante as ações de troca entre os indivíduos (DA SILVA, 2018). A inegável ruptura da sociedade se dá pela necessidade de liquidez das identidades como forma de atender às demandas que surgem a partir dos novos papéis desempenhados pelos indivíduos devido à tamanha gama e mobilidade de símbolos.

A identidade plenamente unificada, completa, segura e coerente é uma fantasia. Ao invés disso, à medida em que os sistemas de significação e representação cultural se multiplicam, somos confrontados por uma multiplicidade desconcertante e cambiante de identidades possíveis, com cada uma das quais poderíamos nos identificar - ao menos temporariamente. (HALL, 2006, p.13).

Levando as análises anteriores em consideração, a exacerbação do individualismo presente tanto na atividade social concreta quanto no interior do pensamento social contemporâneo é justificada por um movimento de recuperação da ideia do homem enquanto sujeito participante do processo social. Até algumas décadas atrás, as macroestruturas não permitiam muito espaço para um pensamento individualista, porém, na recente fase de pós-modernidade, o homem retoma com a subjetividade que lhe diz respeito e o consumo passa a ser entendido como um meio importante para isso. Afinal, é na esfera do consumo onde os produtos passam por uma associação ampla de símbolos capaz de moldar o indivíduo que “enquanto consumidor, passa a ser também agente no interior desse processo de identificação social” (RETONDAR, 2008, p.149). Toda essa interpretação é oriunda dos estudos de Retondar, conforme passagem a seguir.

Antes de tudo, a ideia de indivíduo deve ser percebida como uma construção social do mundo moderno, que se fundamenta nas transformações políticas, sociais e filosóficas dos séculos XVII e XVIII desde a reforma protestante até o advento do Iluminismo, e que pressupõe, essencialmente, uma dimensão de reflexividade que se contrapõe às determinações normativas da tradição e de ordenamentos metafísicos sobre a realidade, estruturando-se como o princípio a partir do qual o sujeito se expressa nas sociedades modernas. No entanto, ao longo do desenvolvimento dos séculos XIX e XX, o “indivíduo” –

enquanto efetivo sujeito do processo social – foi sendo minimizado em relação a um conjunto de forças macrosociais. isto pode ser percebido deste o desenvolvimento da indústria cultural até o fortalecimento do Estado como estrutura crescente de controle (RETONDAR, 2008, p. 143)

O autor Featherstone (1995) entende que o processo de construção do consumo está relacionado a fatores como: monetização do trabalho, inovação tecnológica e excedente de capital como questões que proporcionaram uma nova percepção de trabalho não apenas direcionado a sobrevivência, mas também ligado à obtenção de distinção social e comodidade. Essa mesma percepção dialoga, em parte, com o conceito de consumo posicional de Cherrier (2009) do qual se refere ao consumo como forma de integração social, isto é, consumir e exibir aquilo que for oriundo do ato, na verdade, são formas de configurar sua própria identidade e aceitação no meio. Nesse sentido, veremos aqui que a prática da pirataria se configura como uma tentativa de equilibrar a equação de uma relação assimétrica entre os atores envolvidos.

A ação de copiar dados e retransmiti-los para outros computadores não só força uma reorganização do consumo no atual modelo econômico diante da sociedade como ajuda a construir as identidades subjetivas de cada sujeito dentro de um processo social. Afinal, o estudo do ser humano deve ser sempre multidisciplinar e, nesse caso, não apenas pensando do ponto de vista individual, mas sabendo que Peñaloza e Price (1993) defendem que a resistência ao consumo é construída em um sentimento social de dominação, logo, envolvendo outros sujeitos. Portanto, o senso de coletividade presente nessa análise será mais bem trabalhado no decorrer do trabalho como indicativo de sustentação da tese.

3.2 RESISTÊNCIA DENTRO OU FORA DO MERCADO?

Para o teórico Holt e Thompson (2004), aquilo que entendemos comumente por “resistência do consumidor” seria, na verdade, uma forma que as empresas encontraram para oxigenar o mercado toda vez que ele enfrentasse algum tipo de saturação. Portanto, toda tentativa do consumidor de constituir sua própria identidade a partir de uma experimentação cultural qualquer seria devidamente apropriada pelo próprio mercado como forma de possibilitar novas oportunidades de consumo. Diante desse cenário, o sujeito encontraria brechas de como produzir novas subjetividades no processo em meio às ações de recusa e resistência que são submetidos e se submetem. Na visão do autor, porém, são ações limitadas já que toda experiência em prol da liberdade e democratização estariam sujeitas ao

cerceamento de uma estrutura social condicionadora que se aproveitaria da situação para disponibilizar mercadorias condizentes com a demanda mais autêntica do consumidor. Afinal, nem mesmo as práticas mais criativas apagariam o fato de que o consumidor não possui influência o suficiente para ignorar o poder da cultura de massa e das categorias sociais nas ações de consumo (HOLT e THOMPSON, 2004 apud DALMORO, PEÑALOZA e NIQUE, 2014).

Esse mesmo pensamento vale para os estudos de Maclaran e Brown (2005) que argumentam que a resistência do consumidor é um processo dinâmico de tomadas de escolhas em prol de sua emancipação contra o mercado. Dessa forma, a sobreposição do discurso tradicional é feita por tentativas da parte do consumidor que não podem ser estáticas porque se o fossem, o poder hegemônico do mercado se manteria inabalável. A contribuição de Thompson (2004) com essa linha de raciocínio é pensar que o poder corporativo e o ativismo antimercado são forças de compensação capazes de alterar as relações de poder e resistência estabelecidas em um sistema dinâmico de mudança (THOMPSON, 2004). Essa reflexão dialoga, em parte, com a ideia de que “não há sentido em opor o comércio de um lado e a dinâmica libertária e comunitária que comandou o crescimento da internet de outro. Os dois são complementares, para desgosto dos maniqueístas (LEVY, 1999, p.18). Por mais que a priori pareça ser incoerente, é possível inferir que o equilíbrio das relações de produção e consumo depende também dessa força de natureza democrática do consumidor de modo que o mercado possa se apropriar de suas atividades e subjetividade para produzir novas mercadorias em prol da sua própria reinvenção em períodos de suas crises cíclicas.

O autor Kozinets (2002) entende que a emancipação do consumidor diante do mercado somente seria capaz de inverter a ordem social do mundo de forma pontual e dinâmica. Não há nada que o indivíduo ou grupo possam fazer a nível de discursos ou práticas subversivas para revolucionar indefinidamente todo o modus operandi da estrutura capitalista que vivemos hoje. Quando indaga em sua obra etnográfica sobre o “*Burning Man Festival*” se os consumidores desse festival alternativo poderiam escapar da lógica do mercado, na realidade, o autor procurou mais chamar a atenção do público para o seu artigo do que de fato respondê-la em sua totalidade.

No entanto, a análise desse festival, que ficou conhecido por sua tentativa de distanciar os consumidores do mercado por práticas alternativas e discursos subversivos, nos faz perceber que talvez não seja possível escapar desse poder hegemônico para que o consumidor possa experimentar uma emancipação duradoura. Nas palavras do autor, ainda que a fuga

possa ser temporária, deve-se lembrar que são os próprios consumidores que suportam materialmente o mercado. O que nos leva a inferir a possibilidade de que para revolucionar o funcionamento do mercado, deveríamos pensar em uma revolução do que se entende propriamente como consumidor.

Ainda que contraditório em um primeiro momento, o consumo deve ser compreendido a partir de sua condição de processo que intermedia as relações e práticas sociais, logo, não há um “fora”. Tudo o que for pertinente ao mercado e seus processos, deve acontecer dentro dele, incluindo suas tentativas falhas ou bem-sucedidas de resistência ainda que isso possa representar um pessimismo generalizado quanto à efetividade desse movimento já que o mercado se apresenta como uma força maior diante das demais. Com isso em mente, entra em questão a instrumentalização digital como algo necessário para a busca em reverter o status quo do *establishment*.

O mercado é campo de batalha onde atores sociais atuam exercendo agência e transpondo seus interesses na teoria e prática (DALMORO, PEÑALOZA e NIQUE, 2014). E partindo disso como pressuposto básico, é fundamental pensar como o conhecimento cognitivo e tecnológico das ferramentas pode ser uma saída para lidar com essa tensão histórica de ideais comerciais e culturais entre mercado, Estado e consumidor. Da mesma forma como foi para o mercado achar uma possibilidade de saída da resistência a partir de uma apropriação capaz de atender demandas do consumidor já participante e capaz de prospectar consumidores em potencial que podem vir a movimentar a sua roda capitalista, como veremos depois.

3.3 A NATUREZA DA RESISTÊNCIA NO CONSUMO

Buscando alternativas mais otimistas para esse aparente beco sem saída da resistência do consumidor, é apropriado trazer para a discussão o conceito de “devir-pirata” (MESSIAS, 2015) inspirado nos estudos de Deleuze (2008) sobre o “devir-revolucionário” da pirataria. Resguardando as devidas proporções de diferenças desse trabalho para a lógica gamer estudada por ele, o autor Messias buscou entender o movimento da pirataria, a partir da ideia de que a procura por oportunidade de acesso e a demanda por cultura podem significar uma tentativa de subversão do status vigente do mercado. Sendo assim, a união do tecnológico com a política e entretenimento “representaria uma transformação das dinâmicas produtivas” (MESSIAS, 2015, p. 166), independente das consequências éticas, pelo fato de favorecer o aparecimento de afetos associados à capacitação cognitiva bem como tecnológica.

A partir disso, podemos interpretar esse movimento da pirataria como um agir micropolítico que vai subindo por todo o sistema até o ponto de encontrar outros modos de viver que sejam revolucionários. O fim não deve ser tomar o poder porque é exatamente essa lógica dominante e opressora da qual a pirataria busca desestabilizar em prol da sociedade. Portanto, o “devir-pirata” cuja essência é entendida por seu dinamismo e imprevisibilidade é uma linha de fuga cujas forças atravessam a vida, mas que não são alcançadas pelo Estado ou pelo próprio mercado por se tratar de uma espécie de constante potência de transformação da realidade que não cabe em uma persona.⁷ Dessa forma, o ato de consumir um produto massificado de forma extraoficial pode ser entendido como um caminho em direção a uma revolução ainda mais grandiosa, mas que por se tratar de uma potência subversiva, ela não tem um ponto final. A ideia é resistir enquanto for necessário e tentar amenizar as consequências maléficas do capitalismo selvagem para não desanimar com a constatação de que virar do avesso todo um modo de vida praticado no mundo se apresenta como utópico.

Assim, pensando nesse agir micropolítico, é possível traçar um paralelo com a visão de Firat e Venkatesh (1995) sobre as práticas micro-emancipatórias. Para eles, é possível descentralizar a subjetividade adotada pelo mercado a partir do momento que os consumidores adotem tais ações, isto é, práticas que saíssem da lógica totalizante do mercado e permitissem uma fragmentação de visões particulares de realidade, abrindo margem para talvez enfraquecer o poder hegemônico. Por outro lado, autores como Levý (1999) vão entender que a luta contra a exclusão social deve não só focar na conquista de autonomia por si e por outros como devem se afastar ao máximo de qualquer tentação que o mercado vier a oferecer visto que a sujeição de tudo o que vier do consumo é responsável por aumentar as desigualdades sociais. E isso, claro, afastaria que os objetivos iniciais fossem atingidos. Segue:

Em outras palavras, na perspectiva da cibercultura assim como nas abordagens mais clássicas, as políticas voluntaristas de luta contra as desigualdades e a exclusão devem visar o ganho em autonomia das pessoas ou grupos envolvidos. Devem, em contrapartida, evitar o surgimento de novas dependências provocadas pelo consumo de informações ou de serviços de comunicação concebidos e produzidos em uma óptica puramente comercial ou imperial e que têm como efeito, muitas vezes, desqualificar os saberes e as competências tradicionais dos grupos sociais e das regiões desfavorecidas (LEVÝ, 1999, p.231)

⁷ Devir-Revolucionário. Razão Inadequada, 2016. Yearly Archives 2016. Disponível em: <https://razaoinadequada.com/2016/03/23/devir-revolucionario/>. Acesso em: 2 mar, de 2021.

Em consonância com esse pensamento, o autor Slater (2002) discute a cultura do consumo marcada por um duplo sentido da escolha do consumidor como um ato privado. No seu sentido positivo, a liberdade de consumo garante que o indivíduo possa, além de conhecer os recursos disponíveis aos seus interesses, também ter o direito de satisfazer suas demandas da forma que melhor convir, portanto, a “escolha do consumidor é apenas a versão mundana dessa noção mais ampla de liberdade privada, individual (SLATER, 2002, p. 35). Já no seu sentido privado negativo, recai em um pensamento de que o ato particular de consumo não possui relevância pública. Isso significa que “não consumimos com a finalidade de construir uma sociedade melhor, para sermos pessoas melhores e viver uma vida autêntica, mas para aumentar os prazeres e confortos privados (SLATER, 2002, p. 35).

Esse cenário nos traz a indagação feita pelo próprio e que diversos críticos da cultura do consumo já realizaram: “Se os indivíduos definem seus próprios interesses, como a sociedade pode se manter coesa?” (SLATER, 2002, p. 35). Soa como um absurdo pensar em solidariedade e ordem social se para o autor, no fundo, toda escolha do consumidor é baseada em preferências individuais privadas. Então, existe alguma forma de pensar que o consumo de pirataria seja uma forma de revolucionar as relações de poder tradicionais que sujeitam o consumidor às grandes empresas? Ou seria a pirataria uma demonstração de seu interesse particular em consumir a custos nulos? Essas indagações podem indicar algo que Cherrier (2007; 2009) já percebia, sobretudo, a respeito dos teóricos cuja abordagem estava relacionado à pós-modernidade: a importância que existe em categorizar as motivações inerentes aos comportamentos dos consumidores para, somente então, interpretá-las como verdadeiras formas de resistência ou não. No entanto, a busca do trabalho permeia em levantar reflexões a respeito do que mais o consumo de pirataria pode significar no contexto contemporâneo e quais as redes de poder envolvidas nesse conflito que, de um lado incrimina e do outro, defende.

3.4 PERSPECTIVAS DO CONSUMO E CIBERATIVISMO

Conforme mencionado no capítulo anterior, é recorrente o emprego do conceito de anticonsumismo nas produções a respeito da resistência do consumidor, porém é necessário diferenciá-los, como for possível, para delimitar suas aplicabilidades de forma coerente nos estudos. Os primeiros teóricos a se dedicarem nessa diferenciação foram Galvagno (2011) e Lee et al (2011), sendo os últimos aqueles que defendem que a maior parte dos trabalhos realizados sobre esses temas interpreta ambos os conceitos de forma justaposta. No que diz

respeito à ideia de anticonsumo, a natureza da nomenclatura literalmente significa ser “contra o consumo”, isto é, seu valor é estritamente de cunho mercadológico por se preocupar com o estudo dos fenômenos que são ligados à rejeição, restrição e reutilização de produtos. Na visão de Galvagno (2011), o conceito de anticonsumo é indispensável para compreender a cultura de consumo e o conjunto de práticas alternativas associadas à pirataria pode ser visto sob uma ótica anticonsumista, conforme passagem abaixo.

Dessa maneira, os estudos de anticonsumo recaem sobre como o consumo é afetado pelas resistências em consumir. O objeto de consumo, nesse caso, passa a voltar-se contra o próprio mercado e seu sistema. Assim se torna possível a incoerência de um anticonsumo através da manutenção do consumo, onde estes objetos são transformados e utilizados de maneiras diferenciadas do seu motivo original. Desse ponto de vista, consumo alternativo, compartilhamento de arquivos ou downloads ilegais na internet podem ser vistos também como práticas de anticonsumo (GALVAGNO, 2011 apud SOUZA, 2014, p. 19)

Do outro lado, mas nem tão oposto como possa parecer, temos a resistência do consumidor ao próprio consumo. Isso diz respeito à oposição e a tentativa de escape de uma relação de poder entre consumidores e outros atores que, por sua vez, compõem uma força dominante de mercado (LEE et al, 2011). A resistência passa a representar um agrupamento de práticas que procuram resistir ao ato de consumir enquanto estrutura de dominação. Ainda que o esforço de caráter diferenciativo desses teóricos pioneiros seja relevante para a discussão, a noção de resistência empregada aqui nesse trabalho procura ser mais ampla e abrangente do que a utilizada por eles. Portanto, existe uma clara proximidade entre os conceitos já que são vertentes difíceis de serem delimitadas independentemente (SOUSA, 2014), o que pode gerar certa confusão. No entanto, o presente trabalho não se encarregará de fazer uma distinção tão severa a ponto de ignorar um ou outro já que ambos podem ser aplicados ou não no decorrer.

Haja vista o que foi discutido até aqui, é importante resgatar o aspecto de coletividade inerente à prática da pirataria digital, mas que pode ter sido ofuscado com a dimensão individual associada ao consumo suscitada anteriormente. Nesse sentido, vale pensar que no processo conflituoso de negociações entre grupos dominantes e dominados há um reposicionamento de significados daquilo que se entende por resistência cultural e uma ampliação da noção de quem deveria ter acesso àquilo que for produzido e disponível no mercado. A experiência da vida em rede nos permite perceber que não estamos sozinhos no mundo, pelo contrário, tudo o que fazemos depende, em alguma medida, de outras pessoas. E

é nessa lógica de poder construir a sua identidade a partir do consumo de audiovisual que o indivíduo se sente na obrigação de permitir que o outro possa também usufruir dessa experiência, suscitando a ideia de “dádiva”.

Originalmente pensado pelo sociólogo, Marcel Mauss, o conceito foi apropriado por Martins (2005) para repensar nos preceitos de solidariedade humana, na atualidade. O indivíduo sempre se manifestou por meio das interações sociais e trocas simbólicas, portanto, nada mais justo em sua concepção, garantir o direito humano de ter acesso aos bens disponíveis ao seu redor sem passar pela lógica estritamente mercadológica. A “dádiva” está associada ao valor simbólico de bens, mas também de expressões humanas de interação, por isso questiona e resiste, de alguma forma, a essa imposição econômica a algo que deveria ser fundamental do ser humano. Para o autor contemporâneo, “a lógica mercantil não substitui as antigas formas de constituição de vínculos e alianças entre os seres humanos (...) que tais formas continuam presentes nas sociedades modernas” (MARTINS, 2005, p. 46). É nesse sentido que entra o conceito de ativismo para caracterização do movimento em prol da democratização de acesso.

O conceito de ativismo passou por diferentes influências e contextos históricos. No início de sua idealização, a ideia que se tinha era de uma “ideologia de ação enérgica necessária a todo ser humano com o objetivo de superar ‘a não- realização de sua natureza espiritual’” (EUCKEN, 1907 apud HOOFD, 2008). Nas palavras de Albuquerque (2010) a respeito da visão do autor contemporâneo sobre o sentido de ativismo é que estava atrelado à uma ideia de libertação como forma de superar a depressão social ocasionada pelas consequências negativas da industrialização na época. Com a chegada da era contemporânea, a Teoria dos Novos Movimentos Sociais passou a discutir sobre o tema de tal maneira que entendia o ativismo como movimentos de resistência à qualquer tentativa de ação do governo e mercado em suas vidas privadas. A partir daí, é possível percebê-la como a luta que possui uma definição mais clara sobre quem participa e quem é o outro.

Como foi visto, o mergulho no ciberespaço nos fez perceber como a Internet não serviu apenas para potencializar a lógica do imperialismo capitalista na vida da sociedade, mas como abriu margem para ser uma ferramenta de resistência global adotada por parte de diferentes atores sociais (PICKERILL, 2003; HOOFD, 2008 apud ALBUQUERQUE, 2010). Na visão de Lévy (1999), a Internet é entendida como um conjunto de tecnologias de processamento, armazenamento, valores e significados que se desenvolveu concomitantemente com o crescimento do ciberespaço em prol de uma inteligência coletiva

(LÉVY, 1999). Essa visão nos leva a ideia de como a digitalização da sociedade foi importante para o processo de emancipação da informação e conhecimento pelo fato da Internet, nas palavras de Castells (2007), ter se configurado como um suporte material para a constituição de um novo modelo de sociabilidade que deu origem a uma inteligência compartilhada e interativa. Afinal, não seria possível realizar grandes produções sem que houvesse uma mobilização conjunta dos saberes oriundos de outros indivíduos. O autor Jenkins (2008) nos traz uma análise relevante para pensar sobre essa complexificação do poder coletivo em prol da sociedade, conforme passagem a seguir.

O consumo tornou-se um processo coletivo – e é isso o que este livro entende por inteligência coletiva, expressão cunhada pelo ciber teórico francês Pierre Lévy. Nenhum de nós pode saber tudo; cada um de nós sabe alguma coisa; e podemos juntar as peças, se associarmos nossos recursos e unirmos nossas habilidades. A inteligência coletiva pode ser vista como uma fonte alternativa de poder midiático. Estamos aprendendo a usar esse poder em nossas interações diárias dentro da cultura da convergência. Neste momento, estamos usando esse poder coletivo principalmente para fins recreativos, mas em breve estaremos aplicando essas habilidades a propósitos mais “sérios”. (JENKINS, 2008, p. 28)

Em meio a esse cenário, o ativismo online ou ciberativismo emerge como um fenômeno contemporâneo que se distancia mais desse fim recreativo em direção a uma luta contra o poder hegemônico de controle e dominação. Ele se configura como um movimento materializado na resistência a injustiças e desigualdades (VEGH, 2003). Veremos que o ativismo anticonsumo é visto como uma ideologia de resposta à cultura de consumo determinada pelo sistema cultural totalizante e hegemônico desenhado pelo capitalismo (CHERRIER, 2009). A partir dessa ideia, é perceptível como a Internet por si só não garante mobilizações, mas favorece um terreno fértil para que os indivíduos possam debater assuntos que, até então, estavam restritos ao controle inteiramente do Estado e da esfera privada, tal como a democratização do acesso à cultura e informação. Toda essa discussão nos direciona a entender a concepção de Belisário e Tarin (2012) sobre a ciberpirataria. Para eles, o movimento seria visto como uma das frentes da diluição de propriedade intelectual das mãos de instituições e de sua multiplicação anônima entre pessoas físicas, ameaçando uma indústria já estabelecida e subvertendo os aspectos tradicionais dos processos culturais de obtenção de bens, como será visto no capítulo a seguir.

No trabalho de Da Costa (2010), existe uma comparação interessante entre a Internet e o modelo Barabási-Albert – na teoria das redes conhecido enquanto “conexão preferencial” -

como contraponto de teste da linha argumentativa aqui adotada. O fenômeno estudado pelos cientistas cujos nomes batizaram seu conceito, Albert-Lászlo Barabási e Réka Albert, diz respeito a uma tendência de que todo novo nó na rede está propenso a se conectar com os nós mais relevantes da própria. Traçando um paralelo para o campo da democratização da comunicação, a Internet pode se configurar como um meio que vai favorecer maior visibilidade para aqueles que já possuem relevância na rede, não os desfavorecidos.

Esse cenário pode ser justificado pelo longo processo de doutrinação cultural dos grandes meios de comunicação de massa capaz de internalizar esse hábito na rotina da sociedade além do contínuo aprimoramento do uso de algoritmos que favorecem determinados comportamentos em rede. Portanto, podemos inferir que toda tentativa de subverter esse modelo de dominação global e verticalizada é considerada revolucionária dado seu caráter ativista. Para o autor, “mais do que as especificidades técnicas de determinada mídia, importa a capacidade subjetiva de tomar o controle dele, reconhecendo os meios de comunicação como uma extensão de suas capacidades cognitivas e comunicacionais (DA COSTA, 2010, p. 44). Logo, quanto maior for o esforço em fazer novas conexões com novos nós, maior será a chance de diversificar os conteúdos disponíveis na rede e, conseqüentemente, construir novas subjetividades. Nesse sentido, é potencializando o indivíduo de referenciais culturais variados que ele enxerga possibilidades de produzir obras alternativas e independentes do grande mercado.

Em paralelo à isso, temos a contribuição de Retondar (2008) a respeito da maior autodeterminação do sujeito em seu processo de construção de identidade. Se entendemos que as identidades são produzidas dentro de um processo de consumo, não podemos mais pensar que elas se impõem de fora para dentro. Na verdade, elas são constituídas “por intermédio de ‘atos de escolha’, através do ato de consumo, juntamente com um conjunto de marcas identitárias que se encontram dispostas no interior do sistema de consumo” (RETONDAR, 2008, p. 149). Portanto, o teor ativista característico da prática de pirataria permite ressignificar a autonomia do indivíduo em escolher de forma mais livre quais são os elementos dispersos no mercado que vão determinar os seus “eus” conforme o seu próprio interesse.

Dito de outro modo, seria plausível afirmar que, no plano da sociedade de consumo contemporânea, marcada por uma cultura ao mesmo tempo altamente fragmentada e objetiva, a questão do “indivíduo” enquanto agente do processo social torna-se imperativa por um motivo especial: ele passa a ser a principal referência para a constituição de identidades, isto é, passa a constituir uma das principais referências a partir da qual

grupos e segmentos sociais se formam, de acordo com a absorção de marcos de identificação como símbolos, signos, imagens e representações que se encontram dispostos em um sistema de consumo que compreende desde o mercado até as estruturas de comunicação social, como a indústria cultural e a publicidade. (RETONDAR, 2008, p. 148)

A proposta de construir novos nós não implica, necessariamente, em substituir pelos nós já antigos mesmo porque a rede comporta o fluxo exorbitante de informações sem que isso represente a deleção definitiva de um nó novo pelo outro antigo. A questão é ressignificar a importância desses nós alternativos, o que significaria trazê-los para camadas mais próximas ao consumidor. Traduzindo para a presente reflexão, essa ideia pode ser lida da seguinte forma: consumir obras produzidas pelo mercado tradicional pode significar um passo em direção à reestruturação da lógica de consumo e produção vigentes. No entanto, esse passo de resistência inevitavelmente estará embricado nessa mesma lógica dominante da qual se quer enfraquecer. A pirataria assim a enfraquece, porém não a ponto de extinguir o modelo capitalista do qual estamos todos submetidos. Enquanto vivermos em um sistema político, econômico e social que dita as regras em favor de um grupo minoritário e exclusivo, as tentativas para desestabilizar o mercado serão nossa principal ferramenta em prol de uma vida mais justa. Até chegarmos um dia nesse lugar, agora nos atemos à discussão do que pauta o conflito de interesses entre a grande indústria e o restante da sociedade e qual o nível de pressão do discurso jurídico que condena a pirataria como forma de clarear o caminho até o dia.

4 MERCADO AUDIOVISUAL BRASILEIRO

Com o intuito de propor uma análise abrangente sobre um tema comumente simplificado e elaborar uma tese argumentativa a seu respeito, é relevante pensar não somente pela visão academicamente aceita, mas também pela visão hegemônica historicamente construída. Não há intenção de construir verdades absolutas aqui, apenas levantar os diferentes pontos de vista de modo que torne o consumo pirata um campo frutífero para pensar em possíveis novas interpretações, respaldando a discussão na conjuntura de fatores que levou a esse estigma repressivo de sua prática nos dias de hoje. Na tentativa de explicar o social pertinente à pirataria, o princípio de “totalidade”, adotado pelo marxismo da herança dialética de Hegel, se apresenta como uma indicação bastante interessante para esse fim. Nas palavras de Coutinho (1994), a interpretação abrangente de um dado caso exige “conceber a sociedade como totalidade, isto é, como uma realidade complexa e articulada, formada por mediações, contradições e processos” (COUTINHO, 1994, p. 92).

Sendo assim, o entendimento acerca da polêmica da pirataria deve ser capaz de enriquecer a realidade em questão de determinações e aspectos gerais de modo que o olhar do todo seja feito a partir de uma análise da unidade dos diversos. Com isso, é válido analisar o contexto de criação das leis de propriedade intelectual e direitos autorais, a quem serve o discurso “legítimo” contra a pirataria bem como o cenário econômico brasileiro, enquanto país em desenvolvimento, que vem contribuindo com a maior aceitabilidade social dessa contravenção social perante a lei. O que significa questionar quais foram as coisas materiais que levaram à discussão, que hoje é objeto de estudo, ao lugar que ocupa na história.

A autora Baldissera (2019) entende que o entretenimento é uma grande fonte de lucro e, portanto, a indústria de filmes e séries vê a necessidade de se modernizar desde então tanto no aspecto criativo quanto comercial e jurídico. Veremos que a pirataria está presente não apenas em produtoras de filmes, mas também em canais de televisão que produzem séries exclusivas das quais estão disponibilizadas na internet livremente por meio de downloads e transmissões piratas. A cultura pode ser interpretada como bem de consumo e bem de produção visto que, ao mesmo tempo que é um produto do processo produtivo, é também um acúmulo de conhecimento capaz de proporcionar uma possível transformação do mundo a partir de sua exploração. E com essa caracterização, é

possível ver que a partir do controle exacerbado da indústria e do governo, na forma de leis de direito autoral, os usuários acabam sendo inibidos de desenvolver seu potencial transformador a partir do domínio dos aparatos e dispositivos digitais, correndo o risco de descumprimento da lei vigente.

Trazer essa reflexão não implica dizer, no entanto, que os espectadores de séries se tornarão necessariamente verdadeiros produtores ou diretores audiovisuais a partir dessa experiência de consumo. Isso depende de tantos outros fatores que não nos cabe aqui. Na verdade, implica em dizer que abre margem para que mais indivíduos tenham contato com aquilo que a mente humana é capaz de produzir de modo que possam construir novas referências semânticas que vão contribuir com o senso de criatividade e de pertencimento à sociedade. Essa discussão nos leva para o caminho de que “deve se questionar se há alguma criação realmente original ou se o máximo que se pode esperar são novos arranjos para velhos elementos, de modo que a autoria individual é sempre secundária diante de um processo coletivo de transformação de significados” (DA COSTA, 2010, p.12). Portanto, entra em discussão a real sustentação de um forte regime de controle de bens imateriais diante de um contexto em que a ideia de propriedade exclusiva mais beneficia as grandes indústrias e investidores em propriedade intelectual do que promove o desenvolvimento humano, cultural e científico – uma das justificativas principais do discurso tradicional para a incriminação da pirataria.

Nesse sentido, resgatar uma abordagem advinda do pensamento crítico da linha marxista a respeito da ideia do comum nos soa interessante para pensar na produção de bens imateriais compartilhados em redes como resistência em forma de cooperação social no âmbito do capitalismo contemporâneo. Para além de um discurso que incita experiências alternativas, o conceito de comum “consiste igualmente um campo de estudos e pesquisas voltados à compreensão de práticas e relações de produção e reprodução coletivas e cooperativas, baseadas no compartilhamento de recursos” (FILHO, 2019, p. 154). Na visão do autor, o filósofo político Antonio Negri e o crítico literário Michael Hardt entendem o comum como a riqueza cognitiva oriunda de uma produção social que não pode ser submetida à lógica de escassez ou de uso excludente e por se tratar de uma relação entre indivíduo e coletividade, o bem comum não é algo estático. A esse modo de produção de conhecimentos, códigos e linguagens realizada pelo indivíduo em uma nova fase do capitalismo produtivo, fala-se em biopolítica.

A ideia do comum ocupa, cada vez mais, um espaço de destaque na gramática e no imaginário político de movimentos e ativismos comprometidos com a emancipação social: trata-se de uma bandeira de luta, de uma palavra de ordem invocada contra a subordinação de todas as esferas da vida humana e da natureza à lógica da mercadoria, da competição e da propriedade (Dardot; Laval, 2015a). O comum evoca um porvir não capitalista para além da antinomia moderna Estado versus mercado, propriedade pública versus propriedade privada, na direção de um campo de práticas autônomas e coletivas de produção e reprodução social (De Angelis, 2007; Hardt, Negri, 2009) (FILHO, 2019, p. 153).

Os estudos de Foucault (1987) são relevantes para pensar a contribuição da dupla de teóricos no que diz respeito ao comum como projeto político. De forma resumida, o autor Grabois (2013) entende a proposição de uma biopolítica foucaultiana como uma reflexão sobre a arte de governar dos estados modernos, no século XIX, mediante “mecanismos contínuos, reguladores e corretivos, não mais um fazer morrer, mas um fazer viver” (GRABOIS, 2013, p. 124). Tudo em prol do ajuste do corpo populacional ao aparelho de produção, que emerge com todos seus problemas associados à saúde coletiva. Esse conceito é, posteriormente, apropriado por Negri em parceria com Hardt para entender a configuração dos processos de resistência e subjetivação nas lutas sociais e políticas contemporâneas que atravessam o capitalismo.

Nesse sentido, ocorre uma transformação do poder em algo completamente biopolítico. Isso significa dizer que na passagem de uma sociedade disciplinar para uma sociedade de controle, as resistências se tornam centrais em um novo cenário caracterizado por uma rede da qual reage como um corpo único diante da estrutura social de poder (GRABOIS, 2013). A conotação da biopolítica como potência da vida para Negri (2009) permite entendê-la como uma tentativa de resistência apoiada na vida contra o poder de forma tal que o indivíduo passa a gerir o saber de forma mais colaborativa e independente do mercado. Resistência que, por sua vez, é reinterpretada contemporaneamente como “a potência de uma *outra* política possível”, isto é, o espaço possível: de novas subjetividades, de novas práticas, de novas estratégias, de novas modalidades de agregação, de novos agenciamentos” (GRABOIS, 2013, p. 129). A passagem abaixo antecipa a análise de um conflito que nos é importante para a presente discussão: os direitos autorais.

Nos termos de Hardt (2010), a produção biopolítica aponta para uma crescente contradição entre a

propriedade material, exclusiva e irreproduzível, e a propriedade imaterial, posto que os produtos imateriais acabam escapando às circunscrições da propriedade privada e tornam-se potencialmente comuns, pela facilidade com que são reproduzíveis e compartilháveis. Esses conflitos expressam-se hoje, sobremaneira, nas disputas do complexo universo das patentes, dos direitos autorais, da propriedade dos códigos genéticos etc. (FILHO, 2019, p. 158-159)

Na visão de Hardt e Negri (2014), existe uma distinção entre as forças produtivas e as relações de produção e de propriedade, o que intensifica os debates a respeito das disputas jurídicas associadas à pirataria. Se as primeiras caminham para a aproximação do comum, as segundas “continuam a ser definidas pelas normas e regras individualistas e privatistas, que são incapazes de captar a nova realidade produtiva e são completamente externas às novas fontes comuns de valor.” (HARDT; NEGRI, 2014, p.73-74). Para eles, a transformação de um recurso como comum depende que o indivíduo participe democraticamente do processo contra a privatização, mas sem se contentar em se fixar na luta a favor do público. Afinal, ambas as ideias de público e privado seriam excludentes do comum. Nesse sentido, o sujeito produtor do comum não possui uma cara específica, porque a exploração capitalista atinge, em maior ou menor grau, diferentes indivíduos em diferentes posições sociais, portanto, “não existe vanguarda política privilegiada, não existe um sujeito da mudança privilegiado em termos de classe” (FILHO, 2019, p. 163).

4.1 PIRATARIA COMO DISPOSITIVO

Na visão de Saturnino (2015), a partir do que Foucault (2000) conceituou em sua obra como “dispositivo” para entender o processo de produção do discurso de poder na sociedade, é possível falar em um “dispositivo da pirataria”. Essa ideia foi importada para cá por ser extremamente valiosa para pensarmos acerca do cenário de propriedade intelectual à luz da pirataria como um terreno tenso de jogos de poder entre o antagonismo dos interesses públicos e privados. Para o filósofo, dispositivo é “um conjunto decididamente heterogêneo que engloba discursos, instituições, organizações arquitetônicas, decisões regulamentares, leis, medidas administrativas, enunciados científicos, proposições filosóficas, morais, filantrópicas”. (FOUCAULT, 2000, p. 244). O que significa dizer que dispositivo é tudo aquilo que é dito e não dito dentro de uma

organização funcional responsável pela estrutura do imaginário social e que, enquanto rede aberta de significantes, reproduz valores e regras “verdadeiras” que tendem a se perpetuar na sociedade em um dado período histórico por meio da repressão.

Portanto, a origem desse conceito veio de uma multilinearidade necessária da discussão visto seu “extenso quadro de alternância enunciativas e aplicativas servindo de base para a formação de novas formas de lutas sociais, novas éticas e novos agenciamentos políticos” (SATURNINO, 2015, p. 137). Com isso em mente, é possível pensarmos que existe uma clara conotação negativa a respeito da prática da pirataria da qual foi historicamente assumida por instituições hegemônicas como forma de reprimi-la. A partir do momento que saímos do discurso jurídico tradicional de natureza proibitiva e homogênea que a condena em direção a um discurso de caráter analítico que a liberta, será possível ampliar o entendimento plural da pirataria enquanto ferramenta para a produção de novos poderes e saberes. Sendo assim, somente essa visão mais ampla nos permitirá analisar as tensões provocadas pelas investidas jurídicas de incriminação e intimidação dos consumidores da via alternativa de consumo com base nas leis de direito de autoria e propriedade intelectual.

O autor Saturnino entende, no entanto, que essa resistência não levaria o sujeito à inevitavelmente uma condição inquebrável de existência própria ou projeto político revolucionário. Por isso, independentemente daquilo que a motive ser praticada - seja de natureza “hedonista, celebrativa ou militante” e, portanto, uma natureza de menor peso ontológico dentre os momentos estudados - o fato é que a pirataria leva o indivíduo a transformar tais práticas em um estilo de vida. Essa constatação é o suficiente para não ser intitulada como uma atitude “apolítica”, mas não o suficiente, segundo o autor, para ser vista como uma forma de resistência. A partir de sua interpretação com base na análise foucaultiana, o agenciamento consciente do sujeito só poderá ser visto como resistência quando a lei assim interpretar a pirataria como positiva, afinal “essa mudança paradigmática depende da profanação da lei, entendida como único instrumento capaz de objetivar, codificar e representar o que se entende por ‘boas práticas’” (SATURNINO, 2015, p. 138).

Na linguagem foucaultiana, o dispositivo da pirataria, expurgado por aquilo a que autor nomeou de concepção jurídica-discursiva (Foucault, 2001) ao se referir ao poder, só pode ser admitido como prática de resistência ao ser refutado pela história dos jogos teóricos da lei, os quais são os responsáveis por promover as associações e

as conotações negativas assumidas historicamente na formulação do pensamento ocidental acerca do crime, do roubo e da pirataria (POGREBINSCHI, 2004 apud SATURNINO, 2015, p.137-138)

Essa linha de pensamento do autor permite uma aproximação com os estudos do pensador marxista, Antonio Gramsci, no que tange seu ponto de vista crítico sobre a estrutura da sociedade capitalista e as suas relações de poder. A partir de Coutinho (1994), a visão de mundo conceituada nas produções intelectuais do teórico mencionado diz respeito a algo que constitui e é constituída pela consciência, isto é, pela forma como o pensamento está sujeito às visões ideológicas a respeito de um modo de viver do mundo. No entanto, para o autor, essa consciência que influencia a vida em sociedade como um todo apenas terá força material e, conseqüentemente, se tornará uma realidade na medida que houver as mediações tecnológicas, afetivas e comunicacionais específicas para isso. Essas mediações serão possibilitadas a partir do conceito gramsciano de Estado ampliado – sua nova teoria marxista de Estado – que implica em “fixar dois grandes planos superestruturais, aquele que pode se chamar de ‘sociedade civil’, isto é, o conjunto de organismos vulgarmente ‘privados’ e aquele da ‘sociedade política ou Estado’” (GRAMSCI, 1975, p. 1518).

Com a consolidação definitiva do capitalismo e organização da sociedade em uma luta de classes cada vez mais madura, o Estado se vê na posição de lidar com novas formas de dominações, sendo tanto sociedade política quanto sociedade civil ou aparato privado de hegemonia. A primeira sinaliza seu caráter governativo e, portanto, coercitivo. Já a segunda, sinaliza para uma noção de Estado burguês que “é complementada por um conjunto de organismos sociais (igrejas, sindicatos, partidos políticos, escolas, meios de comunicação etc.) que tem o papel de adequar, mediante a obtenção do consenso, as classes subalternas ao projeto político capitalista”. (OLIVEIRA, p. 10). Portanto, trata-se de um Estado impositivo, mas que também oferece concessões para negociar visões de mundo da classe dominante, ou seja, valores ideológicos e normas burguesas sobre as classes subalternas. De modo tal que esta última aceite um sistema de crenças que pertence aos seus dominadores, interessados em fortalecer a estrutura capitalista.

O Estado em sentido amplo, com novas determinações, comporta duas esferas principais: a sociedade política (que Gramsci também chama de "Estado em sentido estrito" ou de "Estado coerção"), que é formada pelo

conjunto de mecanismos através dos quais a classe dominante detém o monopólio legal da repressão e da violência, e que se identifica com os aparelhos de coerção sob controle das burocracias executiva e policial-militar; e a sociedade civil formada precisamente pelo conjunto das organizações responsáveis pela elaboração e/ou difusão das ideologias, compreendendo o sistema escolar, as Igrejas, os partidos políticos, os sindicatos, as organizações profissionais, a organização material da cultura (revistas, jornais, editoras, meios de comunicação de massa) etc (COUTINHO, 1989, p.76 e 77)

Trazendo essa ideia para os dias atuais, mesmo vale para as empresas que procuram articular, de forma orgânica, as visões de mundo com as necessidades mercadológicas de maneira a oxigenar o mercado. Diante do atual cenário de permissividade cultural do consumo pirata, algumas empresas procuram se apropriar do movimento para trazer lucro ao seu negócio, como é o caso do Spotify e o modelo de negócios *freemium*⁸. A plataforma sueca de streaming de música criada em 2008 se destacou por tamanha comodidade e acessibilidade que é capaz de fornecer aos seus assinantes. Com grande versatilidade de pacotes de assinatura, a empresa disponibiliza não só as versões pagas como a versão gratuita, que funciona por meio da publicidade patrocinada, de modo a atender os mais variados perfis de consumidores do mercado, que poderão vir a se tornar consumidores pagantes em algum momento. Ainda que nesse caso a análise esteja direcionada ao mercado fonográfico de distribuição online, o que por si só aponta outras particularidades como o lugar da marca no monopólio do streaming, é um exemplo relevante para mostrar que práticas do mercado procuram o equilíbrio. Equilíbrio, por sua vez, de fenômenos da sociedade – busca por produtos e serviços a custos baixos e/ou nulos - e a maximização dos lucros com aumento do mercado consumidor.

No entanto, aquela condição trabalhada anteriormente da pirataria ser validada como boa prática na ótica dominante para só então ser entendida com resistência do consumidor pode ser lida como um equívoco. Como propor uma mudança dessa magnitude no discurso tradicional sem antes o indivíduo fazer a sua parte em consumir de forma alternativa e contrária aos *modus operandi* da cadeia capitalista? O ato de

⁸ O conceito “*freemium*” foi criado em 2006 pelo Fred Wilson, fundador de uma empresa de capital de risco nos EUA, e diz respeito a um modelo de negócios cujo objetivo é ampliar seu mercado consumidor a partir de uma discussão orgânica gerada pela oferta gratuita de produtos ou serviços. Mais tarde, em 2009, o conceito de amostras grátis foi incorporado por Chris Anderson em sua obra “Free” e ganhou ainda mais popularidade (SOILO, 2019).

consumir pirataria por si só já é um indicativo de que o atual modelo de produção intelectual na rede está obsoleto, mas para demonstrar isso se faz necessário tomar alguma medida a nível de prática. Ainda que a indústria não seja uníssona quanto a condenação da pirataria já que suas práticas possuem pontos positivos para ela própria, como veremos depois, admiti-las como resistência iria de encontro com a própria lógica capitalista de produção e consumo. Afinal, o conceito de propriedade é a base da sociedade capitalista e o seu sentido de posse nos leva a pensar em “uma busca por controle da produção intelectual e consequente regulação do desenvolvimento tecnológico, para combater os piratas em uma situação análoga à luta de classes no começo da industrialização.” (CESAR, 2013, p. 45). O que sinaliza o caráter de propriedade inerente ao processo de construção do capitalismo e o caráter de potencial revolucionário e, conseqüentemente, ameaçador da busca pelo rompimento do sistema pela via da pirataria.

Com isso em mente, há uma infinidade de produtos culturais e intelectuais à disposição dos usuários de Internet. Essa gama de variedade e quantidade cada vez maior é responsável por promover uma transformação estrutural na produção e distribuição de conteúdo até então conhecida. A reação lógica e direta da indústria foi a de procurar meios para regular o acesso e, conseqüentemente, o controle sobre esse mercado. Sendo assim, a propriedade intelectual enquanto conjunto de leis criadas e modificadas nos últimos séculos se preocupa em sujeitar todos os produtos do conhecimento humano e da indústria cultural à uma legislação poderosa. Legislação, por sua vez, que procurava manter o poder sobre o controle dos modos de produção e, agora após o desenvolvimento de uma estrutura inovadora de tecnologias de comunicação na virada no século, procura resgatar o poder sobre como a informação é (re) produzida nas mídias a partir da rede de trocas. Por isso, se torna absolutamente necessário “estudar (...) o Estado como elemento que assegura a propriedade, isto é, o monopólio dos meios de produção” (GRAMSCI, 1975, p. 890).

Somado à isso, as tensões sobre o dispositivo da pirataria são dinâmicas e seu caráter cambiante pode dificultar que a rigidez das leis consiga abarcar todas suas nuances a ponto de relativizá-la, quando necessário, no cotidiana da sociedade. Ao mesmo tempo, que se apresenta como estratégia de ilicitude, a pirataria se apresenta também como ferramenta que vai potencializar o rumo a um novo equilíbrio de forças e, ainda, como mecanismo para a produção de novas identidades e poderes

(SATURNINO, 2015). A partir desse cenário de pluralidade é que se complexifica, de certo modo, o distanciamento de um discurso punitivo e monopolista adotado por parte dos atores a favor da privatização do saber. Por isso é tão relevante para a análise do fenômeno social, insistentemente taxado de crime, interpretar a pirataria não apenas como objeto contemporâneo de estruturação de poderes, mas como um fim para atingir um bem público: direito amplo à informação e conhecimento.

Com isso em mente, veremos que a conseqüente pressão advinda do posicionamento a favor da democratização de acesso tem sido mais nítida no que tange a reorganização do consumo por parte da indústria do que pela reformulação mais branda das punições previstas pelo Código Penal e pela lei Antipirataria por parte do Estado. De um lado, temos a movimentação dinâmica do mercado capaz de adaptar suas atividades com certa praticidade em favor da expansão do consumo e maximização do retorno financeiro. Do outro, temos o Estado como estrutura consolidada e enraizada na premissa básica de atender os interesses do coletivo de modo que possa servir de base para que a vida em sociedade seja possível e, minimamente, harmoniosa. Portanto, trata-se de duas instituições com objetivos e definições destoantes, mas que são responsáveis por balizar as interações humanas. E, com isso, é necessária uma força desproporcional de poder para pressionar qualquer tipo de reestruturação dada a própria natureza estrutural de cada sistema. No que tange ao consumo alternativo, a indústria acaba incorporando algumas práticas do consumidor em favor da tal reorganização do consumo, enquanto o Estado aperta mais a fiscalização em nome de uma suposta remuneração do trabalho intelectual.

Com tudo isso em vista, a pirataria pode ser interpretada como um mecanismo do contraventor para tentar corromper com as penalidades normalizadoras via ações emancipatórias. Esse cenário configura a sua procura conquista de autonomia e subjetividade capazes de produzir um saber e poder que lhe são próprios. Existe, portanto, uma busca por categorizar o movimento da pirataria com um caráter de ação política. E essa busca é materializada na tentativa de lutar contra a violência dos dispositivos legais e protecionistas criados para punir a aparente transgressão, tornando-se uma saída importante para fortalecer o movimento contra a privatização do comum (SATURNINO, 2015).

4.2 HISTÓRIA DA PROPRIEDADE INTELECTUAL

Com base na legitimidade de discurso dos grandes aparelhos de hegemonia, é necessário nos valer do princípio da hermenêutica jurídica, isto é, interpretar as normas jurídicas e ter uma compreensão legal do tema. A discussão em torno da pirataria acontece no campo da legislação e, portanto, o valor da “verdade legal” está nas mãos dos detentores de poder. Dessa forma, faz-se extremamente importante ter conhecimento da legislação para dar conta dessa prática de modo a propor qualquer tipo de reflexão mais ampla sobre o assunto. Além disso, é claro, é importante analisar o objeto de forma crítica, histórica e acadêmica para enriquecer a realidade de significações, de modo a ter a visão do todo. A própria mesclagem de conhecimento de áreas diferentes para além da Comunicação e Marketing, tende a complexificar a discussão em um nível considerável, como é o desejado.

Conforme discutido anteriormente, para Gramsci (1975), é necessário que haja concessões em equilíbrio com coerções entre as classes dirigentes e as classes subalternas. Nesse sentido, é valioso pensar que “a eficácia na aplicabilidade de uma norma não se dê exclusivamente por meio da punição ou ameaça. É necessário que haja certo grau de aceitabilidade social, para evitar uma ampla resistência à sua aplicação e cumprimento” (PINTO, 2009, p. 35). Portanto, deve haver um certo nível de legitimidade dentro do imaginário social para que seja respeitada. Esse último autor diz no seu artigo que, de fato, o Código Penal não abre espaço para que alegação de desconhecimento da lei se configura como uma justificativa plausível para transgredir leis. No entanto, é fato que a Internet e outras funcionalidades tecnológicas permitem a violação de alguns artigos referentes à propriedade intelectual com certa facilidade, remetendo aquele aspecto subjetivo trabalhando anteriormente.

Para iniciar a discussão, é importante entender a Propriedade Intelectual como uma área do Direito que busca garantir proteção aos criadores de produções intelectuais cujas atividades mentais gerem algum tipo de bem imaterial de modo a recompensá-los por seu esforço em produzi-lo, seja no campo industrial, científico, literário ou artístico. No sentido mais amplo, estão abarcados os campos de Propriedade Industrial, de Direitos Autorais e de Proteção Suis Generis, porém, o esforço do presente trabalho será analisar mais a fundo o conceito histórico e jurídico dos Direitos Autorais e Conexos. Além de também refletir sobre como os direitos assegurados dentro desse campo influenciam e foram influenciados por um discurso conservador e individualista a

respeito do monopólio de controle dos meios de produção e distribuição de bens culturais no Brasil, com ênfase em produtos audiovisuais.

A ideia de “propriedade” presente nessa discussão abre margem para um debate bastante interessante do ponto de vista lexical jurídico. Baseado na teoria do direito natural à propriedade, o direito de um indivíduo sobre um determinado bem imaterial criado pelo próprio pressupõe que ele tenha o privilégio de exclusividade na exploração de sua obra como forma de reconhecimento da própria sociedade. A contribuição de Vianna (2005) para esse debate é que “tomar por propriedade um ente incorpóreo que em rigor é ‘trabalho intelectual’” (VIANNA, 2005, p. 3) nos leva a pensar que o autor não possui interesse em divulgar seu trabalho e, conseqüentemente, ganhar notoriedade. De acordo com a lei nº 10.406 do Código Civil Brasileiro em seu artigo 1.228, entende-se que “o proprietário tem a faculdade de usar, gozar, dispor da coisa, e o direito de reavê-la do poder de quem quer que injustamente a possua ou detenha” (BRASIL, 2002). Para o autor, no entanto, diferentemente de um proprietário que ao alinear a sua coisa cede o seu direito de usá-la a outro, o criador da obra não perde com sua cópia, afinal, é de seu benefício expandir o conhecimento sobre aquilo que produziu.

A obra intelectual, como seu próprio nome indica (lat. opêra,ae 'trabalho manual'), não é, pois, uma espécie de propriedade, mas simplesmente “trabalho intelectual”. A invenção da “propriedade intelectual” nas origens do sistema capitalista teve a função ideológica de encobrir esta sua natureza de “trabalho”. Enquanto o trabalho manual modifica a matéria prima, produzindo perceptíveis variações nos objetos trabalhados e, com isso, aumenta seu “valor de uso” naturalmente vinculado ao objeto corpóreo, o trabalho intelectual não tem necessariamente seu “valor de uso” vinculado a qualquer objeto, pois as idéias são, por natureza, entes incorpóreos (...) Uma idéia, quando reproduzida oralmente, por maior “valor de uso” que tenha, não possui qualquer “valor de troca” pelo simples fato de poder ser reproduzida infinitamente sem estar limitada pelo problema fundamental da economia: a escassez (VIANNA, p. 5)

Ressignificando essa questão para o cenário tecnológico da comunicação que agora vive um outro tipo de escassez, temos que a natureza fluida e reprodutível dos bens imateriais é quase que um instrumento de sobrevivência diante de um processo de rigidez das leis de propriedade intelectual. Assim, o debate sobre esse assunto não é tão banal quanto possa parecer, porque revela um “mecanismo jurídico inerente ao seu interesse mercadológico envolvido e que provoca uma escassez sobre coisas que tendem

ao compartilhamento (DA COSTA, 2010). Atualmente, a repressão à pirataria é entendida como a saída contemporânea para regular o trânsito cultural e a remuneração pelo trabalho intelectual da sociedade. No entanto, é absolutamente necessário repensar se essa solução, de fato, se mantém válida e pertinente no atual modelo frente à nova configuração do mercado ou se seria uma velha política de “guerra aos piratas” baseada na prerrogativa de exclusão de acesso. É possível fazer um paralelo entre essa ideia e o que Vianna (2005) entende como reafirmação da velha ideologia da propriedade intelectual.

Sob o pretexto de se tutelar os “direitos de autor”, o combate à pirataria é tão-somente um instrumento de reafirmação da velha ideologia da “propriedade intelectual”, única capaz de legitimar o monopólio do direito de cópia dos detentores dos meios de produção. O monopólio do direito de cópia (copyright), longe de tutelar os direitos do autor, é contrário a seu interesse de maior divulgação possível da obra. O que garante aos autores a remuneração por seu trabalho não é o monopólio do direito de cópia, mas a alienação deste trabalho aos detentores dos meios de produção que irão consubstanciá-lo em meio físico e vendê-lo no livre mercado. Pouco importa ao autor a ausência de escassez da obra em meio digital, ou mesmo se uma única ou uma dezena de empresas irá produzir seu trabalho em meio tangível, pois sua remuneração depende tão-somente da venda da obra materializada (VIANNA, p. 11-12)

Estamos diante de cenário de exploração econômica que afeta negativamente o pleno exercício dos direitos culturais por parte do indivíduo. Nesse sentido, o uso exclusivo do direito de patrimônio sobre aquilo que é produzido como esforço da mente humana é um assunto um tanto problemático. Trata-se de um monopólio artificial, entendido a partir dos direitos autorais, cujo controle é dificultado pela própria natureza impalpável das criações culturais, como é o caso dos produtos audiovisuais. Com isso mente, Da Costa (2010) entende que esse cenário “baseia-se em uma escassez artificial de ideias e do conhecimento, coisas que tendem a se propagar especialmente em um ambiente de troca de informações sem hierarquia, como a internet” (DA COSTA, 2010, p.10). Portanto, ao que parece a única maneira de tornar um bem imaterial em propriedade particular e exclusivo é não comunicando ao público sua existência, mas isso não beneficiaria a nenhum dos sujeitos envolvidos. Seja a sociedade por não consumi-lo, o produtor por não compartilhá-lo, a empresa por não comercializá-lo e o

Estado por não intermediá-lo. Sobre a prática de consumo alternativo na rede, temos que:

A pirataria digital, por outro lado, lesa principalmente os interesses da empresa, pois no sistema capitalista o trabalho intelectual in natura não possui qualquer “valor de troca” e o autor só é remunerado diretamente com a venda da obra em meio físico. A fonte primordial de sua remuneração é o salário indireto, decorrente do prestígio adquirido com a repercussão de sua obra (...) O monopólio do direito de reprodução das obras intelectuais (copyright) surgiu há séculos como instrumento de censura política em uma simbiose dos monarcas com os detentores dos meios de produção. Com o advento do sistema capitalista, este monopólio passou a ser sustentado até os dias de hoje, sob a ideologia da “propriedade intelectual”, em benefício dos detentores dos meios de produção, e acabou por constituir verdadeira censura econômica (VIANNA, p.19)

A consideração que Da Costa (2010) fez a respeito da criação individual como processo interativo a partir do que Aristóteles entende do homem é valiosa para o trabalho. Para o filósofo clássico, o homem é um animal político-social e, portanto, toda sua estruturação é feita a partir das interações que possui com seu semelhante. Sobretudo com a potencialização das novas tecnologias de comunicação, ficou ainda mais claro que o homem não produz nada de forma desconectada com o outro, afinal “mais do que mera acumulação de informação, o conhecimento e a inovação necessitam de processos interativos” (DA COSTA, 2010, p. 48). Com isso, o autor traz à tona a ideia de que a discussão a respeito do direito autoral deve ser originada nas políticas culturais e não nas propriedades intelectuais, porque para ele, é necessário pensar antes no bem da sociedade e depois, no indivíduo.

A mimesis como paradigma epistemológico também está presente na criação artística ou mesmo nas invenções técnicas. Não é possível que exista uma obra totalmente original, no sentido de que ser completamente independente de qualquer influência externa de terceiros. O autor e o inventor só criam a partir de uma série de elementos dados e passados a ela pela sociedade. Nenhuma obra surge do nada. Ao contrário do que enfatiza a noção de propriedade intelectual, são dinâmicas coletivas que estimulam a inovação e a produção tecno-cultural – e não o gênio individual isoladamente. O direito autoral não deve ser encarado como um direito privado de propriedade, mas como parte de uma política pública para acesso à informação (DA COSTA, 2010, p. 14-15).

4. 3 CENÁRIO DOS DIREITOS AUTORAIS

Para Pieroni (2019), no pensamento moderno, o direito do autor é uma área de direito privado do qual entende as relações jurídicas a partir do processo de criação e das implicações econômicas da circulação de obras intelectuais que compreendam algum processo criativo, podendo ser de cunho científico, artístico ou literário. O autor diz que, no entanto, a conceituação vigente que fundamenta o direito autoral não pode ofuscar sua função social, o que significa dizer que o seu caráter privado deve levar em consideração os efeitos que se estendem sobre os direitos difusos e coletivos e provocam consequências econômicas a nível macro. Portanto, é necessário que esse direito entendido como fundamental seja observado por uma ótica também do direito público.

Em paralelo à essa discussão, o capítulo de “Cinema e TV” no livro de Lemos (2016) em “Teoria Ator-Rede e Estudos de Comunicação” traz uma reflexão instigante do ponto de vista do processo de criação, produção e distribuição de uma obra midiática que nos interessa fortemente, a série Game of Thrones. Levando em consideração o tamanho da cadeia de profissionais envolvidos em todo o processo desse produto audiovisual de renome mundial, fica difícil escolher um nome que vai penetrar no imaginário social como o responsável. Dessa forma, o pesquisador João Eduardo, autor do capítulo analisado, nos traz a indagação sobre quem deveria recair a credibilidade em torno da série em meio ao cenário de leis de propriedade intelectual e direitos autorais.

Seria o George Martin como escritor do romance? Seria o Daniel B. Weiss e David Benioff como idealizadores e produtores executivos? Ou então propor uma autoria sem nome por ter sido um processo colaborativo entre diversos profissionais? Ou mesmo a HBO GO como canal televisivo que deu suporte à produção executiva? Ainda que pela lei nº 9.610 de 19 de Fevereiro, de 1998, em seu artigo 11, o autor seja “a pessoa física criadora de obra literária, artística ou científica” (BRASIL, 1998), o que, aparentemente, descartaria a importância do canal de streaming. A mesma lei, em seu artigo 16, diz que “são co-autores da obra audiovisual o autor do assunto ou argumento literário, musical ou lítero-musical e o diretor” (BRASIL, 1998). E assim, esse cenário já apresenta um pouco da complexidade inicial do tema, afinal, conforme diz Messias (2014), “uma vez que o valor é coletivamente construído, não é possível determinar a autoria de certo produto. Aliás, deve-se esquecer completamente essa

qualificação reificadora de produto” (MESSIAS, 2014, p. 81).

Adentrando mais no assunto, normalmente os direitos autorais de uma produção de série se dividem entre o roteirista, o diretor e o compositor da trilha sonora (BALDISSERA, 2019, p. 899). No entanto, veremos que o poder das empresas produtoras é tamanho que acaba por exigir dos co-autores que passem os seus direitos patrimoniais para a tutela das grandes empresas, como forma de obter retorno dos altos investimentos direcionados às obras audiovisuais. Nesse sentido, pode-se dizer que existem três agentes sociais que participam da problemática em torno do direito patrimonial sobre alguma obra, são eles: o autor, a sociedade e o chamado intermediário. Esse último é o elemento responsável por permitir que a obra seja difundida visto que possui os meios necessários para isso. A entrada desse terceiro elemento acaba, no entanto, por complexificar essa relação, podendo torná-la mais ácida, dependendo da situação. Isso se dá porque a conotação de exploração econômica ganha uma outra dimensão para além do benefício próprio do autor se dar a devida retribuição ao tempo e esforço dedicados em produzi-la. Dessa forma, é possível entender que a adição desse elemento pode dificultar o jogo, sobretudo “quando estão em jogo a exploração econômica das obras e o acesso à cultura e ao conhecimento” (LACORTE, 2009, p. 2).

O criador adquire direitos sobre a sua obra quando a exterioriza (expressa), ou seja, com o nascimento da obra. A concepção da obra intelectual é que dá ao autor-criador o direito à paternidade. Os direitos extrapatrimoniais do autor nascem em um primeiro momento e, com a publicação da obra, surgem os direitos patrimoniais do autor. Esclarece-se que o registro não é obrigatório porque qualquer evidência de autoria da obra o substituirá. (BRAUN; ADOLFO, 2017, p. 89).

Na obra de Túlio Vianna, o autor traz à tona a história do “*copyright*” como ilustração de como os soberanos se sentiam ameaçados com a possibilidade de invenção da imprensa democratizar a informação, em meados do século XV na Inglaterra. Dessa forma, a corporação acabou se tornando uma aliada do governo pelo fato de ter garantido o monopólio de comercialização de escritos aos donos de papelaria e livreiros. O próprio autor cita Eliane Abrão: “a esse privilégio [proteção governamental em troca do domínio do mercado de escritos] no controle dos escritos chamou-se *copyright*, que nasceu, pois, de um direito assegurado aos livreiros, e não como um direito do autor dos

escritos” (VIANNA, 2010, p.2). Suas declarações dialogam bastante com Menezes (2007) visto que a partir de seu estudo, é possível ver que os detentores dos meios de produção tinham o interesse em limitar a reprodução da obra para garantir o retorno financeiro de seus investimentos, conforme abaixo:

A invenção da prensa mecânica tipográfica por Gutemberg (sic), em 1450, marca a chegada da Idade Moderna, bem como o momento a partir do qual, aos poucos, os olhares se voltariam para o Direito do Autor. Isso porque, a partir da criação dos tipos móveis, obras até então manuscritas e artesanalmente organizadas passariam a ser impressas em escala cada vez maior, em uma produção que ganhava ares industriais. (MENEZES, 2007, p. 22)

Sendo assim, é a partir desse período que a estratégia de monopólio de controle das prensas tipográficas leva a uma elaboração de novas bases para o sistema de privilégios atribuídos a editores e autores. Sistema esse que, por sua vez, se vale de ferramentas institucionais de proteção dos direitos do autor e sua obra para cumprir a “dupla função de silenciamento e apropriação de bens comuns” (DA COSTA, 2010, p. 17). Em sua origem, a principal preocupação dos detentores do poder era a circulação de conhecimento como forma de ameaça ao status quo, enquanto atualmente o aspecto econômico ganha maior notoriedade do que o político, nas palavras do autor. Isso porque todo bem cultural que fosse exclusivo, isto é, restrito ao acesso de poucos poderia ser considerado de maior valor na visão do mercado do que aquele que estivesse disponível para qualquer indivíduo consumir.

Ao se responsabilizar pela concessão dos privilégios, a Corte automaticamente determinava a circulação de cultura segundo seus critérios, censurando aqueles considerados perigosos ou subversivos. Os privilégios do governo serviam como um mecanismo de censura prévia à divulgação de conteúdo que pudessem ofender os valores consagrados pelo Estado absolutista. (DA COSTA, 2010, p.16-17).

Com tudo isso em mente, percebemos que existem dois lados de uma mesma moeda. De um lado, a garantia dos direitos reservados aos autores de obras culturais e artísticas (Lei 9.610/98) e do outro, a garantia do direito de acesso à cultura (Art. 215), ambas leis presentes na Constituição Federal de 1988. Ao mesmo tempo que estamos falando de garantias normativas com equidade de valor em seu papel para o desenvolvimento humano, dependendo do ponto de vista adotado essa reflexão poderia

se configurar como um verdadeiro impasse jurídico e social. Afinal, como seria possível ser imparcial ao analisar leis que apesar de distintas possuem reverberações entrecruzadas? Da mesma forma que é relevante a existência de um instrumento normativo para resguardar os direitos morais e patrimoniais, é também igualmente relevante resguardar o acesso à cultura como direito fundamental humano. Enquanto fonte primária dos direitos fundamentais no cenário internacional, a Declaração Universal dos Direitos do Homem e do Cidadão reza questões importantes para o debate. Do mesmo modo que todo indivíduo tem direito à participação cultural e fruição das artes, tem também o direito à proteção de criações artísticas, de acordo com o artigo XXVII.

§1. Toda pessoa tem o direito de participar livremente da vida cultural da comunidade, de fruir as artes e de participar do processo científico e de seus benefícios.

§2. Toda pessoa tem direito à proteção dos interesses morais e materiais decorrentes de qualquer produção científica, literária ou artística da qual seja autor.

Se levarmos em consideração que as construções simbólicas são elaboradas a partir das interações sociais, percebemos que o contato com obras, independentemente de sua natureza, é relevante para participar da construção desse universo repleto de produções de códigos e significados. Nesse sentido, a cultura e todas as atividades associadas a ela, tais como comportamentos, práticas e discursos é responsável por formar nossas identidades individuais e coletivas. É somente assegurando o pleno acesso ao consumo de obras que será possível promover um cenário favorável à inclusão e cidadania culturais em uma democracia cuja economia possa ser criativa. Com isso, o autor Souza (2011) interpreta que o real reconhecimento dos direitos culturais somente será possível por meio de instrumentos jurídicos aplicados pelos operadores ou agentes do direito, como ele chama.

As escolhas dos agentes do Direito diante de conflitos que opõem o direito de acesso à cultura e os direitos autorais não são estritamente fundadas na técnica jurídica – como se pode crer e fazer crer – mas em opções políticas dos atores envolvidos. A seleção dos dispositivos e dos fatos sociais considerados relevantes, a análise dos efeitos de determinada posição ou decisão, as soluções encontradas e suas justificativas, são influenciados e condicionados pela visão de mundo e formação cultural dos agentes e são, portanto, culturalmente condicionadas (SOUZA, 2011, p. 433)

Toda essa reflexão permitiu a abertura de um horizonte para pensar que a questão jurídica e histórica ligada à pirataria é muito mais densa e conflituosa do que aparenta em um primeiro momento. Esse cenário é bastante rico para perceber que o senso comum que limita os significados do fenômeno serve ao interesse de determinados grupos, que possuem uma influência bastante relevante para a sociedade. Então, como forma de afunilar a discussão, adentraremos posteriormente no estudo de uma série conhecida no mercado tradicional de audiovisual e que nos servirá de objeto para resgatar o máximo de visões anteriormente trabalhadas a respeito do mercado de pirataria e o movimento de resistência à ele atrelado. Antes, é válido compreender um pouco mais sobre o mercado de entretenimento e a nova era de consumo que vivemos.

4. 4 ENTRETENIMENTO E ERA DO STREAMING

Com tudo o que foi trazido até aqui, é pertinente afirmar que o mercado de entretenimento vem crescendo ano após ano e, portanto, angariando um peso cada vez maior de investimento, sobretudo, quando pensamos no fenômeno de ascensão de produções relativas à cultura pop. Nesse sentido, destacamos que o desenvolvimento de séries de televisão levou a uma revolução no que diz respeito aos processos de consumo e produção de produtos audiovisuais do final do século passado para cá. A escolha de *Game of Thrones* foi particularmente um interessante objeto de estudo para o tema por ser considerada, desde o segundo ano de sua estreia, a série mais pirateada ao redor do mundo⁹, sendo o público brasileiro um daqueles que mais assistia à produção de forma não oficial. Para Teixeira Coelho (1997), a indústria do entretenimento tem como matéria prima a cultura que, por sua vez, não é mais um instrumento da liberdade de expressão e conhecimento, mas um produto a ser consumido em troca de dinheiro. No entanto, acreditamos na existência de uma criação de conteúdo intelectual e artístico por trás da obra massificada que nos leva a pensar não apenas sobre a configuração de uma comunidade ativista, mas também de fandom associada.

Ainda que o estudo da cultura de fãs não seja o foco da presente análise, é importante ressaltarmos o valor de sua análise para compreender melhor o cenário de pirataria ostensiva no que diz respeito ao consumo da série, em específico. Existe uma

⁹ Disponível em: <https://gauchazh.clicrbs.com.br/cultura-e-lazer/tv/noticia/2019/03/mais-vista-mais-premiada-e-mais-pirateada-por-que-game-of-thrones-e-a-serie-mais-superlativa-cjtrijq4900tj01ldinn41q3.html#:~:text=Todo%20ano%20Game%20of%20Thrones,que%20crescerem%20a%20cada%20ano.> Acesso em: 27 fev, 2021.

dinâmica bastante comum entre os contraventores que é assistir em tempo real e comentar acerca da produção em diferentes espaços dentro da internet, sobretudo, em um momento marcante de spoilers e de episódios liberados antes da data e hora estabelecidos. O hábito de baixar episódios e assistir posteriormente não é tão comum entre os fãs, então isso fortalece a noção do motivo pelo qual as transmissões ao vivo vem se popularizando como a opção mais fácil de piratear séries. Aqui não vamos tão longe, mas a pirataria em si é uma parte importante da compreensão das comunidades de fãs pelo fato de que permeia não só a questão dos vazamentos de episódios, mas a noção que a cultura é um bem imaterial que deve ser distribuído livremente dentro desses espaços organizados, como uma necessidade de compartilhar conteúdo entre os demais fãs da rede¹⁰.

Em um primeiro momento, é de se esperar que o acesso a bens culturais seja visto comumente como secundário ou mesmo supérfluo para o desenvolvimento do indivíduo, sobretudo se tratando de bens tidos como massificados. São menos ainda interpretados como ferramenta para o exercício da cidadania e estímulo à inovação na cultura e tecnociência. Em consonância com esse pensamento, é possível perceber que o mundo da cultura pop dificilmente é associado pelo imaginário social à imagem de uma arte culta e erudita. No entanto, o seu tamanho e impacto na vida social vislumbram o porquê de o nome pop vir do popular. Trata-se de produtos destinados a uma massa e que são fortemente influenciados pela lógica da indústria da cultura dominante. É partir desse sentido que propomos que o consumo da série em questão possa significar um caminho em direção à uma produção alternativa, ou seja, um primeiro passo em direção a uma verdadeira revolução no modo como obras audiovisuais são circuladas e consumidas.

A pirataria se tornou uma prática rotineira no cotidiano da vida de muitos brasileiros, sobretudo, com a popularização do custo da banda larga no país, fator determinante para adoção do streaming em escala massiva. Desde então a prática de compartilhamento de conteúdo na internet se tornou uma realidade e evocou uma série de potencialidades de transformação nesse espaço. Nas palavras de Jenkins (2014), “esses ‘piratas’ estão obtendo o conteúdo, não porque se recusam a pagar por isso (...) e sim porque estão buscando mudar as condições sob as quais assistem ao conteúdo.

¹⁰ Para maior compreensão sobre esse aspecto da pirataria relacionada ao fandom, os estudos de Roberta Maurício Garcia são bastante ricos, em especial sua dissertação de mestrado “GAME OF TORRENTS: Pirataria e Cultura de Fãs em *Game of Thrones*” (GARCIA, 2018).

(JENKIN, GREEN, FORD, 2013, p. 150). Além do bom custo-benefício na visão do consumidor, o mercado percebe que a liberdade de assistir os programas de televisão como e quando quiser é um ponto relevante para o público. Assim, a estratégia de vídeo sob demanda chega em 2011 com a Netflix a partir de uma nova forma de organizar as produções de conteúdos televisivos que atendam às novas demandas.

A partir dos anos 2000 começamos a pensar em uma estrutura da internet a partir do modelo que ficou conhecido como web 2.0. O termo cunhado por Tim O'Reilly (2005) descrevia um ponto de transformação no uso da internet, que deixava de ser fixo e passava a se caracterizar pela expansão das redes sociais e ainda das formas de produção colaborativa que se via a partir dos anos 2000. Esse tipo de conexão mais intensa foi possível não só pelo novo uso social da internet, mas também através dos avanços tecnológicos da época, como por exemplo, a expansão da banda larga facilitando o processo de downloads e possibilitando a reorganização, por meios colaborativos, descentralizando a distribuição entre diversos computadores através do P2P. (GARCIA, 2018, p.15)

A história do processo de consumo e distribuição de conteúdo audiovisual brasileiro é importante para entendermos o cenário que precedeu a era do streaming - tecnologia de transmissão contínua que distribui conteúdo digital por meio de dispositivos como a televisão, computador ou smartphone. O surgimento da televisão foi o primeiro momento do qual foi percebido uma mudança marcante nos hábitos de consumo de audiovisual. Na década de 80, o VHS era a principal ferramenta de reprodução de obras culturais e ocorria uma difusão massiva de cópias das fitas, que poderiam ser realizadas pelo próprio aparelho de transmissão, mas também de gravação. Na virada para o século atual, os DVDs passam a representar um aumento de inovação no que diz respeito à veiculação de conteúdo, mas que também não escaparam da lógica de pirataria em suas vendas. Com a vinda da internet e de novas mídias, a exibição de produtos audiovisuais é multiplicada e diversificada. A partir de 2010, a popularização de plataformas de *streaming* e vídeos *on demand* chegou para marcar o início de uma nova era. Não diferente de anteriormente, a prática da pirataria continua presente só que agora atinge um público consumidor para além de manifestações “analógicas” dos formatos anteriores.

Nesse sentido, o streaming hoje é a grande aposta de mudança no setor audiovisual. De acordo com o Leonardo Morel (2017), o serviço surge em meio a um

contexto de economia híbrida, entre compartilhamento e comercial, cuja caracterização diz respeito a uma nova forma de distribuição do conteúdo. Nesse sentido, apesar de em um primeiro momento acreditar-se que a pirataria reduziria diante da população do streaming, vimos que o poder do fenômeno enquanto agente inovador cresce e influencia na ruptura de um paradigma no audiovisual, ainda que conte com uma considerável padronização de conteúdo. O mercado hoje está em constante fragmentação e isso é claro quando pensamos na quantidade de empresas que oferecem serviços de streaming no país. Além da HBO Go, temos Netflix, Amazon Prime Video, Disney +, Apple TV+, Globoplay, Telecine Play, Crackle, Google Play Store, iTunes e outros. Isso nos permite identificar um comportamento um tanto quanto tendencioso do consumidor que opta por pagar pelo serviço da plataforma com a qual mais se identifica e os demais conteúdos que porventura não achar, procurará consumir de forma extraoficial para não comprometer mais de suas despesas financeiras com entretenimento¹¹.

Antes da estratégia de chegar diretamente aos seus clientes por meio do streaming, a HBO disponibilizava seus conteúdos por meio do HBO Now ou de empresas de televisão a cabo. Na primeira, trata-se de um serviço de vídeo sob demanda indisponível em território brasileiro. Já na segunda, é um serviço que permite o acesso às produções digitais da plataforma mediante assinatura de canais que tenham acordo de transmissão com a própria empresa, o que torna o ainda mais exclusivo por se tratar de um serviço caro no Brasil. Nessa mesma época, as disputas judiciais em torno dos direitos de comercialização estavam acirradas, o que descontentava muitos assinantes que queriam usufruir das produções autorais da plataforma por meio dos pacotes assinados mensalmente com empresas como Sky, Vivo, Oi e NET. Além disso, eram constantes as instabilidades durante as estreias dos últimos episódios do blockbuster medieval. Em 2019, durante o período de lançamento da 8ª temporada, o custo mensal da HBO Go era de R\$ 34,90, o que é considerado um valor acima da média quando comparado aos demais planos de concorrentes como Netflix e Amazon Prime, cujos valores oscilavam entre R\$19,90 e R\$37,90 e R\$7,90 e R\$14,90, respectivamente.

Idealmente a indústria foca todos os seus esforços em obter retorno financeiro

¹¹ Em matéria do Olhar Digital, o CEO da Muso percebe que a grande gama de plataformas de streaming disponível no mercado leva não só a uma grande fragmentação como uma alienação do consumidor que poderia estar disposto a pagar pelo serviço, apenas não somatizar todos em seu bolso. Disponível em: <https://olhardigital.com.br/2019/12/12/retrospectiva-2009-a-2019/a-decada-do-streaming-tecnologia-mudou-a-forma-de-consumir-midia/>. Acesso em: 1 mar, 2021.

diretamente do consumidor como forma de se manter concorrente no mercado. No entanto, é comum perceber que a empresa que procura se manter saudável a médio e longo prazo não deve apenas focar no ganho imediato de capital financeiro, sobretudo, quando falamos de grandes corporações que possuem estrutura o suficiente para fazer esse investimento e se manter competitiva no mercado. A princípio, as grandes empresas não pensam em fazer a sua marca apenas para o público restrito de indivíduos que certamente consumiriam seus produtos e serviços naquele exato momento. É necessário pensar em uma construção de marca a partir do conceito de “*brand awareness*” e, focar em atrair consumidores em potencial no futuro. A empresa que se apoiar nessa ideia, terá grandes chances de aumentar as vendas, elevar o alcance da marca, história de consciência da marca para futuras campanhas publicitárias, por exemplo.

Nesse sentido, é instigante pensar que nos primeiros anos da série alguns representantes da produção da HBO falavam abertamente sobre como a pirataria favorece a prosperidade da imagem da série por meio do *buzz*¹². De acordo com essa visão, nos parece que, a priori, o download ilegal se apresenta como uma espécie de publicidade da série, mas essa visão não durou tanto. Após alguns anos, parece que o posicionamento modificou¹³ e agora com a série já consolidada no mercado, a empresa condena a distribuição alternativa via discurso em veículos jornalísticos e procura facilitar o acesso pela via oficial por meio de períodos gratuitos de acesso ao canal. A liberação do sinal da HBO indica uma possível tentativa da empresa em recuperar parte do controle de distribuição da série e ainda que não obtenha lucro direto com a transmissão, a prática pode ser interpretada como uma forma de admissão de um bônus advindo do sinal livre. Levando tudo isso em consideração, o próximo capítulo terá por finalidade analisar uma comunidade virtual do Facebook e de que modo é possível encontrar manifestações da pirataria como forma de resistência e ativismo no modo de interação entre os usuários.

¹² Disponível em: <https://canaltech.com.br/series/CEO-da-Time-Warner-afirma-que-pirataria-de-Game-of-Thrones-e-boa-para-a-HBO/>. Acesso em: 07 mar, 2021.

¹³ Disponível em: <https://canaltech.com.br/series/hbo-em-guerra-contra-pirataria-de-game-of-thrones-65385/>. Acesso em: 07 mar, 2021.

5 PROCESSO DE IDENTIDADE DO FÃ

Com estreia em 2011, a série *Game of Thrones* é uma adaptação para o meio televisivo de uma coleção de livros chamada de “As Crônicas de Gelo e Fogo” cuja publicação se deu em 1996, nos Estados Unidos. Como forma de ilustrar brevemente o conteúdo da obra, trata-se de uma produção audiovisual ambientada entre o continente Westeros e as Cidades Livres entrecortadas por desertos para além do Mar Estreito, na Europa Medieval. O mundo da história e de sua localização geográfica são fictícios e a trama gira em torno de uma batalha em Westeros, composto por Setes Reinos, traçada entre as duas principais famílias nobres que lutam para conquistar o controle do Trono de Ferro, a Casa Stark e a Lannister. Como já dito, apesar de escrita pelo escritor norte-americano George R. R. Martin, a produção audiovisual foi realizada pela HBO, um dos maiores canais de televisão por assinatura do mundo e de propriedade da WarnerMedia, tendo David Benioff e Daniel B. Weiss como produtores executivos. Todos os episódios foram disponibilizados pelo canal de streaming acessível pela internet, o HBO Go, configurando uma estratégia de *crossmedia* e, também, *transmídia*¹⁴ se pensarmos no *talk show*, *After the Thrones*, do próprio canal cujo objetivo central foi, desde 2016, discutir teorias sobre os episódios no dia seguinte de sua exibição.

Após trazer análises teóricas a respeito da temática da pirataria e seus outros sentidos para além de crime bem como reflexões acerca do conflito histórico no âmbito jurídico e o atual cenário de streaming, fica cada vez mais claro o porquê da escolha do objeto de estudo. Sendo assim, buscaremos analisar a principal comunidade virtual presente na rede social Facebook, chamada “Game of Thrones Brasil”¹⁵. Nela, pretendemos nos debruçar sobre as formas de comunicação utilizadas entre usuários que consumiram a série de forma alternativa na época do lançamento da 8ª e última temporada da sequência e se é possível coletar algum tipo de manifestação capaz de embasar a presente discussão que defende uma potência individual e social inerente ao sujeito que pratica a pirataria digital.

Com isso, buscaremos identificar se existe alguma tentativa clara em ampliar o acesso aos demais usuários a partir de suas trocas. O objetivo é tentar captar algum tipo de senso de coletividade, liberdade e/ou solidariedade por parte do usuário que possa influenciar na

¹⁴ Dentro da cultura de convergência, cunhada por Jenkins (2008), os processos de *crossmedia* e *transmídia* são práticas comuns no mercado, mas que diferem entre si. A primeira diz respeito à disponibilização do mesmo conteúdo em diferentes canais de comunicação como forma de ampliar o alcance de indivíduos sem pressupor nenhuma adaptação no que está sendo veiculado. Já a segunda, é a tentativa de expansão do mundo narrativo de uma obra para outras plataformas e formatos, como forma de proporcionar uma experiência multimidiática ao consumidor. Disponível em: <https://take.net/blog/inovacao/o-que-e-transmidia>. Acesso em: 5 mar, 2021.

¹⁵ Disponível em: <https://www.facebook.com/groups/GOTBRASIL/>. Acesso em: 8 mar, 2021

construção do seu próprio processo de subjetividade ou deflagrar um caráter de ativismo mais visível no compartilhamento de formas de consumo alternativo. Nesse sentido, o recorte consiste em analisar publicações e/ou comentários de publicações referentes ao período da estreia da temporada final da fantasia medieval, ocorrida entre 14 de Abril a 19 de Maio, de 2019.

De acordo com o veículo B9, o primeiro episódio da última temporada de *Game of Thrones* foi pirateado ao redor do mundo mais de 55 milhões de vezes em 24h¹⁶. No levantamento realizado pela empresa de análise MUSO, a maioria dos espectadores (76,6%) utilizou links piratas seguidos por 12,2% deles que realizaram o download, 10,8% por meio de *torrents* públicos e 0,5% por *torrents* privados. Nesse sentido, é importante descrever as principais formas de consumo de pirataria disponíveis na internet antes de focarmos na análise da estratégia de pirataria mais interessante para o fim desse estudo. Na pesquisa acima, a ferramenta do *torrent*, que aparece em menor proporção, consiste em um protocolo de compartilhamento de arquivos que envolve vários computadores. O processo de transmissão de dados implica em coletar fragmentos de um mesmo arquivo disponível para diferentes usuários como uma forma de troca de arquivos a partir de uma nuvem de computadores interconectados. No entanto, trata-se de um caminho mais trabalhoso quando comparado às demais formas porque significa encontrar uma fonte confiável, baixar partes leves do formato de arquivo e utilizar um *tracker*, o servidor que intermedeia a conexão entre os usuários¹⁷. Isso exige um conhecimento prévio que nem todos dispõem e que vem sendo continuamente mais árduo encontrar tutoriais com passo-a-passo em plataformas como o Youtube¹⁸, por exemplo.

No que diz respeito ao download, é uma forma mais intuitiva de opção alternativa. Nela, o usuário costuma baixar o arquivo inteiro de apenas um servidor, o que tende a facilitar que a Justiça encontre mais facilmente o hospedeiro criador do sistema, desligando-o ou mesmo processando-o. Assim como no anterior, o arquivo fica disponível para consumo em alguma pasta do dispositivo escolhido pelo usuário para acessar. Já com relação ao formato trazido anteriormente como mais representativo na pesquisa em termos de porcentagem, temos o surgimento da IPTV que vem ganhando destaque agora também no cenário de

¹⁶ Disponível em: <https://www.b9.com.br/106639/estreia-de-game-of-thrones-foi-pirateada-mais-de-55-milhoes-de-vezes-em-24-horas/>. Acesso em: 25 fev, 2021.

¹⁷ Disponível em: <https://super.abril.com.br/mundo-estranho/como-funciona-um-download-por-torrent/>. Acesso em: 26 fev, 2021.

¹⁸ Disponível em: <https://olhardigital.com.br/2021/01/26/noticias/youtube-agora-proibe-videos-ensinando-a-piratar-conteudo/>. Acesso em: 10 mar, 2021.

consumo alternativo. Trata-se de uma tecnologia antiga de televisão pela internet, mas que o seu diferencial atualmente está no fato de que por trás desses serviços há pessoas clonando o sinal e transmitindo em tempo real para milhões de usuários por meio de links. Essa opção tem sido mais atraente porque ela atende melhor a forma como os usuários utilizam a internet e redes sociais, sobretudo, quando falamos no contexto da cultura de fãs.

Por se tratar de uma série já encerrada, é de se esperar que a coleta de dados seja um pouco mais dificultada no que tange à procura por links de transmissões ao vivo realizadas na época. No entanto, conforme mostrado pelo levantamento, é a forma mais recorrente de consumo pirata da série em questão no período analisado e, portanto, a mais considerável para seguirmos adiante. Além disso, temos o fato de que por se configurar como uma comunidade virtual robusta e composta por usuários de diferentes opiniões sobre a pirataria, é natural que, de alguma forma, a moderação queira se resguardar de qualquer tipo de retaliação criminal por endossar a contravenção no meio digital cujo espaço é de administração da página. No entanto, nosso interesse é tentar identificar algum tipo de histórico de comunicação ainda presente nesse espaço em forma de publicação ou comentário dos fãs da série que possa vislumbrar algo capaz de corroborar as proposições feitas até agora.

Inicialmente, a ideia foi acompanhar a movimentação em busca de streaming online e pirata no momento de estreia dos episódios pelo Twitter. Essa rede social é privilegiada por ser um espaço onde é comum a existência de comentários online em tempo real, consequência da transmissão mundial simultânea pelo canal da HBO. A plataforma permite condições ideais para que a série seja vista como um dos maiores exemplos do fenômeno de Social TV. Segundo Tirp (2019), é “uma conversação em rede, amparada pela simultaneidade de assistir um conteúdo televisivo e comentar sobre o que foi assistido em uma segunda tela virtual, seja em uma rede social ou em um aplicativo (TIRP, 2019, p. 13) de modo que presuma sempre uma participação do consumidor. Nesse sentido, a rede possibilita uma interação massiva entre os espectadores não apenas durante, mas como entre a exibição de um episódio e outro da temporada por meio das famosas *hashtags*. A partir delas, na época da 8ª temporada aquela que ficou no *Trending Topics* sobre a série foi “*GameOfThronesFinale*”, fãs de todo o mundo podiam se conectar e compartilhar conteúdos sobre a série. No entanto, os termos de uso e serviço da plataforma se apresentam como mais rígidos quanto às transmissões piratas da série graças ao uso do aplicativo da rede social de transmissão de vídeos ao vivo, a

Periscope¹⁹ como forma de rastrear os acessos.

Posteriormente, a rede social do Facebook nos aparentou ser o melhor caminho de resgatar esse histórico de compartilhamento entre os espectadores da série. Como a maior plataforma de relacionamento social online do mundo, o Facebook está inserido no cotidiano da sociedade contemporânea ainda que pareça para alguns que essa rede social foi esquecida com o surgimento de outras opções similares de rede. Fundada em 2004 por ex-estudantes da Universidade de Harvard, Mark Zuckerberg, Dustin Moskovitz, Eduardo Saverin e Chris Hughes, a rede rapidamente foi capaz de refletir a essência da comunicação humana baseada em uma dinâmica de rede e laço social. Todo o seu sistema de símbolos, por meio de compartilhamentos, curtidas e reações, eventos coletivos, se adequa à lógica de uma comunidade moderna em tempos de virtualidade. Pode-se dizer que um dos principais objetivos da plataforma é o de oferecer serviços que sejam capazes de permitir a presença digital do usuário de modo tal que ele possa expressar sua identidade e manifestar seus interesses advindos da necessidade inerentemente humana de interagir com o outro. Nesse sentido, é importante refletir acerca das comunidades virtuais para compreender a sociabilidade na internet e, conseqüentemente, refletir como a estrutura da rede interfere no modo de conexão estabelecidos entre seus usuários e como a pirataria se encaixa nessa configuração.

A noção de ciberespaço trabalhada anteriormente se apresenta como fundamental para entender essas recentes interações sociais mediadas pelo computador. Afinal, são essas novas interações as responsáveis pelo surgimento de grupos na internet com características comunitárias e colaborativas que substituem as formas de sociabilidade humana limitadas territorialmente. São diversas as definições de comunidade virtual no campo teórico da comunicação, porém, algumas delas em particular se apresentam como mais consonantes com a proposta do trabalho. Com base nos estudos de Recuero (2003), existem 4 elementos principais que formam uma comunidade virtual e, são eles: pessoas, discussões públicas, tempo e sentimento. Essa percepção é advinda de um dos primeiros autores a efetivamente usar o conceito em questão, Howard Rheingold (1993), que tem para si que são “agregados sociais que surgem da internet, quando uma quantidade suficiente de pessoas leva adiante discussões públicas por tempo suficiente e com sentimento suficiente para formar redes de relações pessoais no ciberespaço” (CARVALHO, 2017, p. 36).

Outro teórico que soma à discussão com seus estudos é Castells (2003) quando fala

¹⁹ Disponível em: <https://link.estadao.com.br/noticias/geral,twitter-ameaca-excluir-contas-que-realizaram-streaming-de-game-of-thrones,10000029506>. Acesso em: 10 fev, 2021.

das duas características fundamentais à configuração de uma comunidade virtual. Para ele, a comunicação livre e horizontal é primordial em meio a um contexto dominado por grandes corporações que controlam os meios e de governos censuradores. Além disso, há a necessidade de uma formação autônoma de redes, o que implica dizer que todo e qualquer indivíduo tem a capacidade de encontrar um círculo do qual se sinta pertencente e, caso não o ache, tem a possibilidade de criar sua própria rede a partir de seus interesses. O que, de certo modo, dialoga com a recente campanha publicitária da rede social na qual exalta, sob o slogan de “Somos Mais Juntos”, que “Existe um grupo no Facebook para você”²⁰. Dessa forma, o esforço de marketing consiste em destacar a força dos grupos da plataforma como instrumento para unir pessoas com interesses em comum, sobretudo, em um mercado com 132 milhões de usuários, segundo a mesma entrevista destacada aqui com o *country-director* do Facebook no Brasil, Conrad Leister, em 2019.

Por outro lado, é instigante repensar em uma discussão levantada nos capítulos anteriores a respeito da ascensão da individualidade nesse novo sistema de relações sociais. Ainda que essa visão não seja interpretada como predominante na análise em questão, é preciso salientar essa noção que vem sendo discutida por diversos teóricos que analisam o processo de construção de identidade. Em entrevista, o teórico Bauman (2016) entende essa mesma identidade como algo atrelado necessariamente atrelado à comunidade e o que a rede social faz é achar uma forma de substituir essa constante tentativa de configuração identitária, conforme passagem a seguir.

A diferença entre a comunidade e a rede é que você pertence à comunidade, mas a rede pertence a você. É possível adicionar e deletar amigos, e controlar as pessoas com quem você se relaciona. Isso faz com que os indivíduos se sintam um pouco melhor, porque a solidão é a grande ameaça nesses tempos individualistas. (BAUMAN, 2016).

Nesse sentido, o indivíduo é o responsável por criar a sua própria rede, afinal, é ele quem opta por algo em detrimento de outro de modo a respeitar seus interesses e afinidades. Para Recuero (2003), esse individualismo é uma espécie de padrão social que vê valor no papel do sujeito enquanto indivíduo nesse processo. Isso não implica, claro, em ignorar o aspecto social inerente. Ainda em consonância com o entendimento do autor a respeito da caracterização da comunidade enquanto sua forma de interação, a autora Carvalho (2017) vê o Facebook a partir de sua natureza híbrida. Ao mesmo tempo que dialoga com o que se

²⁰ Disponível em: <https://adnews.com.br/facebook-lanca-primeira-campanha-nacional-de-marketing-no-brasil/>. Acesso em: 11 de mar, 2021.

entende por comunidade emergente, também dialoga com a ideia de comunidade de associação. A primeira diz respeito à uma interação mútua vislumbrada por conexões entre os perfis pessoais da rede e amigos, por exemplo. Enquanto a segunda não pressupõe tamanha interação no sentido de conversação, é mais reativa por serem vários clusters conectadas entre si, compreendido pelas páginas e grupos de fãs, por exemplo. Toda essa discussão nos leva a pensar o quanto é significativo a interativa dos usuários de uma comunidade virtual, apontando uma clara contribuição do estudo de cultura participativa.

Haja vista todas essas ponderações, o esforço do trabalho será o de analisar mais profundamente a comunidade mapeada e as comunicações pertinentes a ela. Para a escolha da comunidade considerada mais marcante, levamos consideração o fato dela ser o grupo oficial do Facebook que pertence a página “Game of Thrones Brasil” juntamente com outras contas nas redes do Twitter e Youtube e, como veremos depois, a comunidade também possui outros tantos atrativos para ter sido a escolha final. Com isso, esperamos demonstrar por meio do objeto de estudo a possibilidade de interpretar a pirataria de forma ampla para além de um crime a ser punido. De modo que a percepção enquanto comunidade virtual direcionada à série viabiliza o consumo alternativo dos participantes como ferramenta útil na construção dos processos de subjetividades individual e coletiva que lhe são próprias.

4.1 COMUNIDADE VIRTUAL “GAME OF THRONES BRASIL”

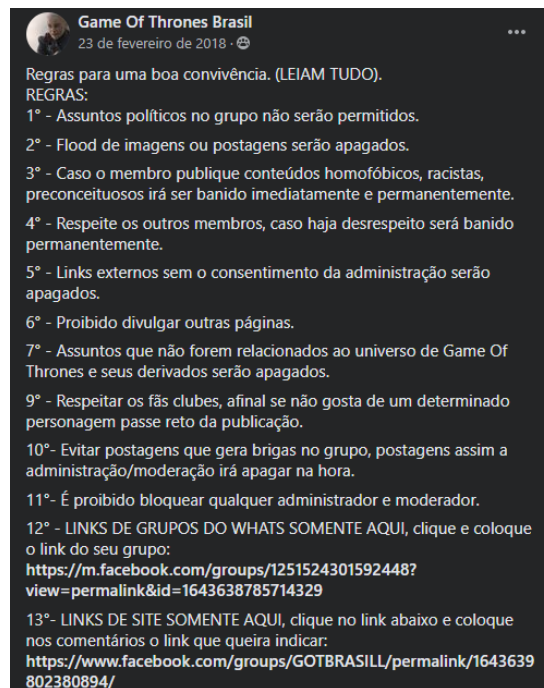
A fan-page “Game of Thrones Brasil” é um grupo privado no Facebook composto por 382,5 mil membros cujas publicações são restritas a membros, mas que é visível para aqueles de fora que tenham interesse em ingressar. Sua criação data em 4 de Fevereiro de 2017 e, atualmente, possui 1 moderador e 6 administradores, sendo dois deles páginas da própria rede de relacionamento e não perfis pessoais. Ingressar em um grupo como esse significa ter a possibilidade de discutir sobre a série e tudo o que envolve à produção e consumo, fortalecendo a criação de vínculos de sociabilidade. Para Jenkins (2008), é possível interpretar o gosto dos fãs, criado a partir de experiências anteriores, como uma forma de rejeitar à cultura dominante. Isso porque o fã se apropria de elementos da cultura de massa para então ressignificá-los e usá-los como base para suas próprias criações e formas de interagir (JENKINS, 2008). Essa discussão é comumente expandida para outro aprofundamento de discussão, no entanto, foi suscitada como forma de indicar que a estruturação de uma comunidade de fãs é capaz de revolucionar formas de produção e, o que mais nos importa aqui, o consumo que tende para o pirata.

O teórico Thompson (2014) também nos traz uma interpretação interessante sobre o fã antes de seguirmos com a análise propriamente dita. Além do aspecto emocional envolvido, o ser fã implica em um processo de comunicação com o outro, mas também em uma leitura do eu a partir desse mesmo outro, sendo nesse universo da série que o indivíduo se envolveria em processos de sociabilidade e de identidade. Essa visão nos auxilia a refletir sobre como a troca de informação e conhecimento se apresenta como meio de compartilhar o acesso extraoficial. O cenário de perguntas, respostas e sugestões configura uma interação dentro da comunidade que transmite mais do que isso, transmite também aspectos solidários da pirataria. Desse modo, essa dinâmica sugere uma apropriação de práticas colaborativas de compartilhamento de conteúdo junto à tecnologia streaming. Isso, de certo modo, reproduz a cultura da pirataria de uma forma um pouco menos automática do que há alguns anos, porque fica claro como a solidariedade e a cooperação de ideias são manifestadas por meio do interesse em consumir e compartilhar.

Devemos ressaltar que a pesquisa propõe uma limitação de análise apenas ao que diz respeito das publicações que circulam dentro dessa comunidade de fãs. Não se procurou criar diálogo de nenhum tipo com os usuários ou organizadores da página, visto que o interesse maior é mergulhar dentro das relações orgânicas já estabelecidas entre eles e que acontecem independentemente de nossa pesquisa. Fica claro que esse trabalho é uma pequena amostra diante do mundo de possibilidades viáveis para tentar identificar algum tipo de resistência no ato de compartilhar streaming online pirata.

Dada a limitação desta dissertação, não será possível analisar as publicações e comentários em sua totalidade ainda que tenha sido feito um recorte de período curto diante do tempo de existência da comunidade. Inicialmente, investigamos sobre as normas de funcionamento da comunidade. Na aba de “Avisos”, existe uma publicação feita em 2018 que diz respeito às regras e normas para uma boa convivência social nesse espaço. Dentre os 14 itens listados, o 13º diz especificamente sobre a forma encontrada pelos moderadores para administrar a troca incessante de links relacionados ao consumo extraoficial da série que, provavelmente, sobrecarregavam e dificultavam a procura na própria página. A existência por si só da publicação indica uma organização e um comportamento solidário que Cesar (2013) observa a partir de códigos de conduta entre os membros da comunidade como forma de facilitar futuras pesquisas dos usuários interessados no histórico.

Figura 1: Regras de funcionamento da comunidade



Fonte: Página do Facebook de Game of Thrones Brasil²¹

Ao clicarmos no link descrito, somos direcionados para uma publicação da própria página indicando que aquele é o espaço específico para os usuários interagirem, sugerindo links e sites de downloads piratas. Inclusive, alguns usuários vão além divulgando transmissões ao vivo realizada por eles próprios na plataforma do Facebook, conforme exemplo abaixo. Normalmente, o transmissor pede para que os usuários o adicionem na rede como condição para assistir à transmissão, no entanto, isso não é regra. Ele pode também abrir a privacidade do seu perfil para facilitar o livre acesso dos fãs interessados em assistir. Não é seguro afirmar que a interação social oriunda dessa troca necessariamente leva a amizades mais fortes apenas pelo fato de comentarem e compartilharem nesse ambiente sobre interesses em comum. Porém, é possível enxergar um cuidado para com o outro usuário ao alertá-lo sobre o risco de assistir em determinadas plataformas a partir de um impedimento anterior experimentado pelo usuário zeloso. Um dos usuários que, aparentemente tentou entrar, informa que o site pede número de cartão e, portanto, não é seguro seguir nele, o que sugere uma tentativa de roubo de dados bancários durante a navegação da qual procura ser evitada.

²¹ Disponível em: <https://www.facebook.com/groups/GOTBRASILL/permalink/1643639802380894/>. Acesso em 19 de mar, 2021.

Figura 2: Comentários de zelo



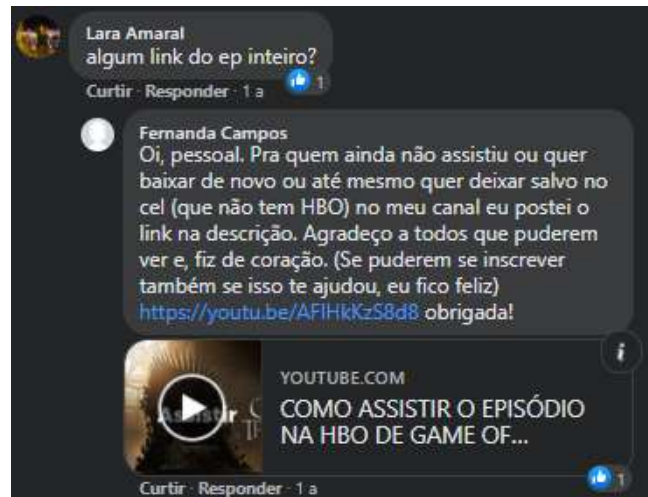
Fonte: Página do Facebook de Game of Thrones Brasil²²

A seguir, em outros comentários, temos uma usuária sugerindo um link da plataforma do Youtube com a finalidade de oferecer à comunidade uma possibilidade alternativa que vai atender usuários em diferentes situações. Independente do motivo, o fato é que como forma de recompensa, pede àqueles beneficiados por algo que a própria fez “de coração” que possam ajuda-la fazendo a inscrição da sua conta pessoal no canal dentro da plataforma mundial de compartilhamento de vídeos. Primeiro, podemos levantar a questão da gratificação como algo que não é imposto ao consumidor como necessário, mas em um tom sereno, a usuária tenta sensibilizar o quanto aquela ação poderia contribuir com o seu interesse em aumentar a relevância na outra plataforma. Segundo, podemos suscitar como outras redes sociais vem continuamente apertando a fiscalização com atividades que venham a infringir às regras de segurança da rede. Quando diz que possui um link da descrição do vídeo compartilhado, é porque aponta que o Youtube vem continuamente excluindo e desativando

²² Disponível em: <https://www.facebook.com/groups/GOTBRASILL/permalink/1643639802380894/>. Acesso em 19 de mar, 2021.

contas de quem desrespeita leis como as de direitos autorais. Dessa forma, a maneira que os indivíduos acharam para burlar foi utilizar a plataforma apenas para divulgar um outro link na descrição do vídeo como de atrair o fã.

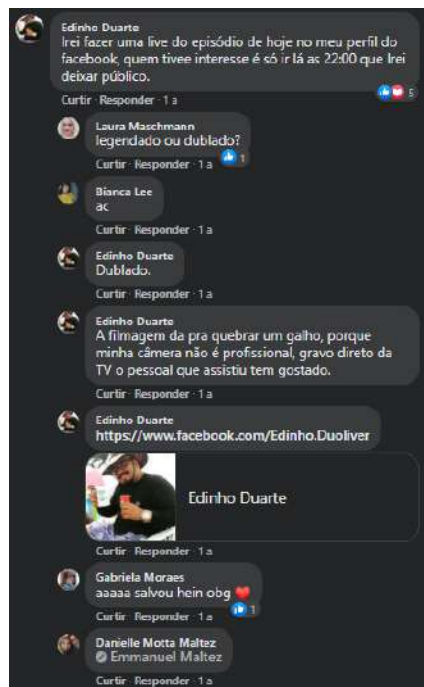
Figura 3: Comentários de recompensa



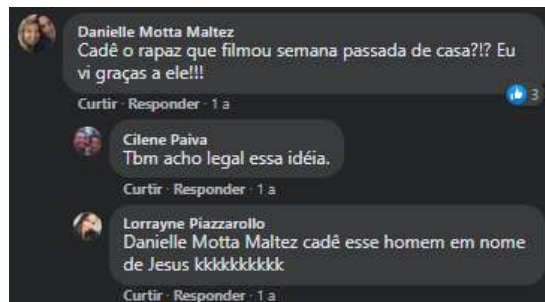
Fonte: Página do Facebook de Game of Thrones Brasil²³

Na próxima sequência de interação, é possível ver um outro aspecto interessante do streaming online pirata com os comentários abaixo. Além de ter sido uma iniciativa do próprio usuário gravar a transmissão por uma câmera amadora e disponibilizar em formato de *live* para os demais, podemos ver uma cobrança. Apesar de ter mencionado fazer com frequência e de forma gratuita, existem fãs que se sentem no lugar de questionar de forma mais firme a sua ausência ainda que com certo tom de humor. Isso pode indicar um certo grau de egoísmo da parte de quem cobra, afinal, o streaming online feito pelo usuário em questão é uma forma de boa vontade e não de obrigação que possui com os demais membros do grupo. Talvez esse comportamento, em alguma medida, desestimule futuras transmissões piratas.

²³ Disponível em: <https://www.facebook.com/groups/GOTBRASILL/permalink/1643639802380894/>. Acesso em 19 de mar, 2021.

Figura 4: Comentários de live

Fonte: Página do Facebook de Game of Thrones Brasil²⁴

Figura 5: Comentários de cobrança

Fonte: Página do Facebook de Game of Thrones Brasil²⁵

A publicação a seguir já nos mostra um outro aspecto relevante para o estudo que é a questão da legenda. Existe um engajamento e afetividade, um modo mais profundo sobre o que Jenkins (2014) propõe como apropriação, que aparecem na forma como os fãs se reúnem para não apenas legendar como divulgar links com formas diferentes de tradução da obra. No ato da estreia, é de se esperar que o único idioma disponível para acesso amplo seja o da

²⁴ Disponível em: <https://www.facebook.com/groups/GOTBRASILL/permalink/1643639802380894/>. Acesso em 19 de mar, 2021.

²⁵ Disponível em: <https://www.facebook.com/groups/GOTBRASILL/permalink/1643639802380894/>. Acesso em 19 de mar, 2021.

língua nativa da obra, no caso o inglês dos EUA. No entanto, existe um grande esforço de usuários em prontamente legendar os episódios para que diversifique e aumente a heterogeneidade dos espectadores da transmissão, ainda que exista um atraso natural para a liberação dessas outras versões de idioma. É importante para a pesquisa pensar na forma de contribuição com o coletivo a partir da troca de informações que possam fazer a diferença na vida dos demais membros. Quando um deles agradece com o comentário “o meu herói não usa capa” nos mostra uma cooperação nesse espaço, algo dito por Palácios (1998) como sendo uma característica importante de uma comunidade virtual.

Figura 6: Comentários de legenda



Fonte: Página do Facebook de Game of Thrones Brasil²⁶

Utilizando a estratégia de ferramenta de pesquisa por palavra-chave do Facebook, demos início a procura pela palavra “ao vivo” com o intuito de buscar algum histórico de transmissão online, no período em questão. Encontramos uma publicação com muito engajamento feito por um usuário e autorizada por uma das moderadoras que sugeria um link que funcionava para a exibição de um dos episódios da 8ª temporada, visto que existia um problema recorrente na época: provedor do HBO Go instável. Com uma quantidade alta de usuários acessando simultaneamente a plataforma, era relativamente frequente que consumidores que pagaram pelo serviço não tenham conseguido assistir as estreias sem que houvesse algum problema técnico no meio da experiência. Na época, era uma reclamação constante e que acontecia toda vez que a transmissão da saga retornava para exibição em seus

²⁶ Disponível em: <https://www.facebook.com/groups/GOTBRASILL/permalink/1643639802380894/>. Acesso em 19 de mar, 2021.

canais oficiais, principalmente, a partir da antepenúltima temporada em diante. Esse cenário levava o consumidor a seguir para a pirataria mesmo sendo assinante da Plataforma e, claro, mostrar sua indignação nas redes sociais com o serviço pago.

Figura 7: Comentários de instabilidade



Fonte: Página do Facebook de Game of Thrones Brasil²⁷

Além do ponto de spoiler mencionado anteriormente, o foco está associado a revolta com a plataforma oficial de transmissão. Olhando pela ótica do indivíduo que contratou os serviços da HBO Go, é natural esperar que a sua reclamação acerca da instabilidade do servidor em transmitir a estreia não fique apenas no âmbito individual, mas se expanda para a rede social. No entanto, esse posicionamento ativo se complexificou e a sua insatisfação chegou a níveis formais de queixa em outros espaços como o Procon e o Ministério Público. Isso nos mostra que os usuários estão utilizando a internet a seu favor e se mobilizando para reivindicar seus direitos enquanto consumidores perante aos órgãos responsáveis por mediar os interesses públicos e privados.

²⁷ Disponível em: <https://www.facebook.com/groups/GOTBRASILL/permalink/2230900470321488/>. Acesso em: 19 de mar, 2021.

Figura 8: Comentários de reclamação

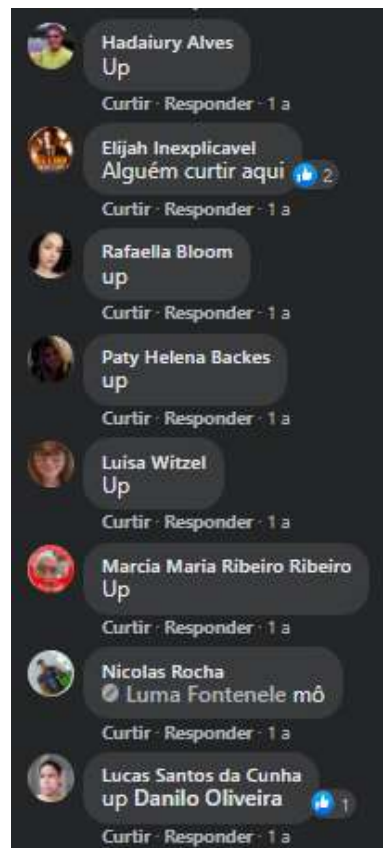


Fonte: Página do Facebook de Game of Thrones Brasil²⁸

A comunicação ilustrada acima entre os usuários nos mostra uma dinâmica interessante sobre essa coletividade. Conforme imagem abaixo, antes do episódio novo ir ao ar, os membros marcam o nome de amigos que também acompanham a série para avisar que os links de transmissão estão sendo divulgados nessa publicação em específico. Existem outras duas formas visíveis que possuem o mesmo objetivo de ativar as notificações e lembrá-los do post, são o comentário do “up” e o pedido para que alguém curta o comentário feito. A primeira mostra que é de interesse do usuário mostrar ao algoritmo do Facebook que aquele post é de relevância tanto para ele quanto para a comunidade como um todo, então essa sinalização é uma forma de manter a publicação mais visível na sua linha de tempo de notícias. Já a segunda indica a tentativa do membro em guardar em sua central de notificações da página inicial essa curtida para que possa acessar mais facilmente a publicação conforme sua conveniência.

²⁸ Disponível em: <https://www.facebook.com/groups/GOTBRASILL/permalink/2230900470321488/>. Acesso em: 19 de mar, 2021.

Figura 9: Comentários de convite



Fonte: Página do Facebook de Game of Thrones Brasil²⁹

O mapeamento exploratório realizado até aqui buscou trazer percepções sobre as formas de manifestação que o usuário da comunidade virtual “Game of Thrones Brasil” adotou para interagir com demais membros. Ainda que o foco fosse analisar a comunicação a respeito do ato de piratear, algumas outras expressões foram suscitadas dada sua pertinência ao recorte e a análise da cultura de fãs. Com todas as reflexões anteriores, buscou encontrar algum sentimento social, a exemplo da coletividade, colaboração e outros correlatos, que contribuísse para essa dinâmica de compartilhamento de formas alternativas de consumir a 8ª temporada da série. Desse modo, caso pudéssemos expor essas manifestações seria um caminho de reafirmação de proposições aqui levantadas, sobretudo, com relação à prática da pirataria como ferramenta no processo de construção identitária e subjetiva do sujeito praticante.

²⁹ Disponível em: <https://www.facebook.com/groups/GOTBRASILL/permalink/2230900470321488/>. Acesso em: 19 de mar, 2021.

6 CONCLUSÃO

Por meio de um estudo teórico acerca do fenômeno da pirataria contemporânea, concluiu-se que a sua existência no contexto do mercado digital nos permite pensar na constante evolução nas dinâmicas de produção e distribuição no mercado audiovisual. Nele, podemos observar uma complexidade de processos culturais, sociais, ideológicos, jurídicos e mercadológicos envolvidos que são capazes de nutrir um debate mais amplo e diverso a respeito de um tema ainda estigmatizado e reduzido a ideias simplistas das quais beneficia, sobretudo, a grande indústria do entretenimento. O acesso à cultura bem como todo conhecimento e informação advindos dela possuem forte influência no processo de individualidade e sociabilidade do sujeito, afinal, é partir do contato com o que o ser humano constrói em conjunto com o outro ao longo do tempo que encontramos referências para nossas próprias manifestações rumo às nossas identidades.

A lógica do consumo é, particularmente, importante para o nosso estudo porque ela é entendida enquanto um mediador das relações humanas. Dessa forma, tudo aquilo que diz respeito ao processo de construção de uma sociedade capitalista como a nossa passa inevitavelmente pela ótica do mercado, não tendo sido diferente para a análise dos diversos aspectos que envolvem o fenômeno da pirataria no cenário atual de produções seriadas. Partindo de uma posição privilegiada que se interessa pelo estudo da dinâmica comunicacional e comportamental das relações sociais, buscou-se adotar um olhar mais disruptivo e alternativo que se distanciasse do discurso tradicional e histórico do Estado e indústria e que se encaminhasse para a perspectiva do indivíduo enquanto participante de uma coletividade. É partir desse olhar, tentamos entender o posicionamento do consumidor de *Game of Thrones* enquanto agente de transformação que revoluciona com suas ações micro-políticas o status quo até então inabalado. Sem perder de vista, é claro, a noção do poder hegemônico e apropriador exercido pelo mercado, como algo inerente ao modelo político, social e econômico que vivemos com o capitalismo, ou da rigidez da legislação incapaz de perceber as nuances ligadas ao tema.

Com o intuito de propor reflexões e buscar significados para realidades no contexto em que ocorrem, mergulhamos na análise de uma obra ficcional que atraiu milhões de olhares para si, nos últimos anos, com ênfase nos consumidores brasileiros. É indispensável dizer que o estudo da cultura de fãs possuiu caráter essencial para o presente estudo não apenas por se tratar de *Game of Thrones*, mas por se tratar do

consumo de pirataria em *Game of Thrones*. Nesse sentido, a popularização do acesso à internet permitiu que a rede fosse aos poucos se tornando um espaço de liberdades e facilidades sob diversos aspectos e um deles foi o senso de democratização diante de formas de compartilhamento de conteúdo. A rede social Facebook teve a sua importância em viabilizar um espaço para a construção de uma comunidade virtual que desestabiliza a hegemonia do setor de entretenimento do audiovisual ao possibilitar uma comunicação direta entre os usuários interessados em trocar links de transmissões extraoficiais das estreias dos episódios. Ao ter mapeado a comunidade que gira em torno dessa produção na plataforma, foi possível notar que algumas atividades pertinentes à cultura dos fãs nem sempre estão de acordo com a legislação vigente quanto aos direitos de copyright da série. No entanto, foi possível identificar alguns pontos interessantes para o campo da comunicação que extrapolaram a ideia da pirataria e atingiram a configuração da própria comunidade virtual e da rede social.

A primeira percepção foi a questão da organização das normas de funcionamento para alinhamento de expectativas dos usuários com as regras da comunidade. Em seguida, percebemos que não existia somente uma troca de links ou arquivos entre os membros, mas um convite de transmissão online realizados pelos próprios como forma de ampliar o acesso. A partir disso, entra o ponto da cobrança e da recompensa. A cobrança diz respeito a um posicionamento do usuário-espectador em se colocar em um lugar de exigir constância nas transmissões amadoras e a outra tange o pedido do usuário-transmissor em solicitar formas de engajamento como recompensa orgânica no formato de curtidas, inscrições em canais, por exemplo.

Outras percepções estão ligadas à maior fiscalização de plataformas na internet quanto à infração das leis autorais. Essa maior dificuldade encontrada nas principais redes influencia na capacidade de ampliação do acesso a ainda mais pessoas. Além disso, temos a questão da legenda em outros idiomas de episódios recém-liberados. A importância dada à esse aspecto é relevante haja vista que a diversificação dessa opção permite que diferentes grupos de indivíduos, independentemente de suas preferências e necessidades, sejam contemplados nesse consume. Depois identificamos como as constantes instabilidades do servidor da HBO no momento da transmissão promoveu que pessoas que tivessem pagado pelos serviços da plataforma recorressem à pirataria para suprir, de forma menos frustrada já que seria um serviço gratuito, a vontade de assistir. A partir desses acontecimentos, foi possível ver uma formalização do ativismo,

que se limita em queixas feitas somente no âmbito da *fan-page*, em direção a reclamações formais em órgãos reguladores. Por fim, temos as táticas de convite e lembrete viabilizadas pelo Facebook para facilitar que os usuários não apenas compartilhem com amigos sobre as dicas de acesso, mas que tenham essa informação mais rapidamente acessadas para uso próprio.

Nesse sentido, finalizamos a pesquisa após uma longa coleta bibliográfica e, posteriormente, documental de correntes de pensamentos e recortes de realidade que pudessem dar conta do olhar adotado para interpretar a pirataria. Portanto, torna-se possível mostrar de maneira mais clara que o presente tema é de suma importância para a sociedade como um todo e ele não deve ser entendido como um tema superado, sobretudo, com o lugar que a série *Game of Thrones* ocupou em toda sua trajetória de transmissão de 2011 até 2019. Os reflexos de seu consumo alternativo foram tamanhos em todo o mundo, sendo o Brasil um dos países mais representativos nesse movimento pirata.

Dessa forma, faz-se valioso pensar em quais reflexões iniciadas aqui foram embasadas o suficiente para ganharem força em outras discussões alheias a esse exclusivo trabalho. Ainda que o fenômeno da pirataria desse produto massificado demonstre que, de certo modo, exista uma submissão muito forte dos consumidores frente ao mercado hegemônico, podemos também dizer que essa tentativa de revolucionar os modos tradicionais de consumo, produção e distribuição no mercado audiovisual conseguem estremecer o status quo da indústria do entretenimento fincada no sistema capitalista. Então, muito mais do que um crime, a pirataria digital em *Game of Thrones* não só pode como deve ser interpretada para além de um crime, mas um caminho em direção a um potencial de construção de processos de poder e saber inerentes ao sujeito contemporâneo capazes de questionar o que hoje tomamos como verdade.

REFERÊNCIAS

- ADORNO, T.W.; HORKHEIMER, M. **Dialética do esclarecimento: fragmentos filosóficos**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed. 1985.
- ALBUQUERQUE, Fábio Manoel Fernandes. **Ciberativismo do Consumidor Relatiacao e Vinganca de Consumidores em Comunidades Virtuais Antimarca**. Dissertação (Mestrado em Administração). Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2010. Disponível em: <<https://repositorio.ufpb.br/jspui/bitstream/tede/3806/1/arquivototal.pdf>>. Acesso em: 31 jan, 2021.
- BALDISSERA, Wellington Antonio. Pirataria digital e plataformas de streaming de vídeo: problema ou solução na tutela de direitos autorais? **Revista Argumentum**, v. 20, n.5, p. 889–913, Marília, São Paulo, 2019.
- BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade de Consumo**. Tradução de Artur Morão. Lisboa: Edições 70, 1995. Disponível em: <https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/613769/mod_resource/content/1/BAUDRILLARD_1995_A_sociedade_de_consumo.pdf>. Acesso em: 15 jan, 2021.
- BAUDRILLARD, Jean. **O sistema dos objetos**. São Paulo: Perspectiva, 1968
- BAUMAN, Zygmunt. **Identidade: entrevista a Benedetto Vecchi**. Traduzido por Carlos Albero Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005. Disponível em: <<https://www.ets.ufpb.br/pdf/2013/2%20Metodos%20quantitativ%20e%20qualitativ%20-%20IFES/Bauman,%20Bourdieu,%20Elias/BAUMAN,%20Z.%20Identidade%20-%20entrevista%20a%20Benedetto%20Vecchi.pdf>>. Acesso em: 26 fev, 2021.
- BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade líquida**. Traduzido por Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001. Disponível em: <<https://farofafilosofica.files.wordpress.com/2016/10/modernidade-liquida-zygmunt-bauman.pdf>>. Acesso em: 15 mar, 2021.
- BAUMAN, Zygmunt. **Zygmunt Bauman: "As redes sociais são uma armadilha"**. [Entrevista concedida a] Samuel Sánchez. El País, Rio de Janeiro, 8 jan, 2016. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/brasil/2015/12/30/cultura/1451504427_675885.html>. Acesso em: 2 fev, 2021.
- BELISÁRIO Adriano; TARIN, Bruno. **Copyright: Pirataria e Cultura Livre**. Rio de Janeiro, Azougue Editorial, 2013. Disponível em: <https://midiatatica.desarquivo.org/wp-content/uploads/sites/6/2018/08/Adriano-Belisario-_Copyright.pdf>. Acesso em: 11 fev, 2021.
- BOURDIEU, Pierre. **Distinction: a social critique of the judgement of taste**. London: Routledge, 1984. Disponível em: <https://monoskop.org/images/e/e0/Pierre_Bourdieu_Distinction_A_Social_Critique_of_the_Judgement_of_Taste_1984.pdf>. Acesso em: 20 fev, 2021.
- BRANCO, Sergio Vieira, Jr.. **Direitos Autorais na Internet e o Uso de Obras Alheias**. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2007. Disponível em: <<https://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/bitstream/handle/10438/2832/Sergio%20Branco%20-%20Direitos%20Autorais%20na%20Internet.pdf?sequence=1&isAllowed=y>>. Acesso em: 1 abr, 2021.
- BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil**. 1998. Disponível em:

<http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Constituicao/Constituicao.htm>. Acesso em: 17 jan, 2021

BRASIL. Lei 9.610, de 19 de fevereiro de 1998. **Altera, atualiza e consolida a legislação sobre direitos autorais e dá outras providências**. Disponível em: <<https://bit.ly/31fKRAO>>. Acesso em: 17 jan, 2021.

BRASIL. Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002. **Institui o Código Civil**. Diário Oficial da União: seção 1, Brasília, DF, ano 139, n. 8, p. 1-74, 11 jan. 2002. Disponível em: <<https://bit.ly/3spnkcN>>. Acesso em: 18 jan, 2021.

BRAUN, Michel; ADOLFO, Luiz Gonzaga Silva. **Os direitos autorais e conexos na lei 9.610/1998**. In: Propriedade Intelectual: Marcos Regulatórios. Deviant, 2017.

CANCLINI, Néstor García. **Consumidores e Cidadãos conflitos multiculturais da globalização**. Editora UFRJ, 268 p. Rio de Janeiro, 1995. Disponível em: <https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/613573/mod_resource/content/1/CANCLINI_1997_Consumidores_e_Cidadaos.pdf>. Acesso em: 22 fev, 2021.

CANCLINI, Néstor García. **Leitores, espectadores e internautas**. Tradução Ana Goldberger. São Paulo: Iluminuras, 2008. Disponível em: <https://d3nv1jy4u7zmsc.cloudfront.net/wp-content/uploads/itau_pdf/000726.pdf>. Acesso em: 13 jan, 2021.

CARVALHO, Camila Neves. **A eficácia da estratégia do Facebook na promoção e percepção de segurança da comunidade virtual**. Dissertação (Mestrado em Comunicação Estratégica). Universidade Nova de Lisboa, 2017. Disponível em: <<https://run.unl.pt/bitstream/10362/23169/1/Camila%20Carvalho-%20Mestrado%20Comunicacao%20Estrategica%20-%20componente%20nao%20lectiva%20-%20dissertacao.pdf>>. Acesso em: 5 jan, 2021.

CASTELLS, Manuel. **A Galáxia da Internet: Reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2003.

CESAR, Daniel Jorge. J. T. **A Cultura da Cópia Estudo sobre o Compartilhamento de Arquivos e a Prática da Pirataria Virtual**. Dissertação (Mestrado em Sociologia), Universidade de Brasília, p. 1-107, 2013. Disponível em: <https://repositorio.unb.br/bitstream/10482/13724/1/2013_DanielJorgeTeixeiraCesar.pdf>. Acesso em: 19 jan, 2021.

CHERRIER, Hélène. Anti-consumption discourses and consumer-resistant identities. **Journal of Business Research**, v. 62, n. 2, p. 181-190, 2009. Disponível em: <https://www.academia.edu/785452/Anti_consumption_discourses_and_consumer_resistant_identities>. Acesso em: 23 fev, 2021.

CHERRIER, Hélène. Ethical consumption practices: Co-production of self-expression and social recognition. **Journal of Consumer Behaviour**, v. 6, p. 321-335, 2007. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/48381409_Ethical_Consumption_Practices_Co-production_of_Self-expression_and_Social_Recognition>. Acesso em: 23 fev, 2021.

COELHO, Teixeira. **Dicionário crítico de política cultural: cultura e imaginário**. São Paulo: Iluminuras, 1997.

COUTINHO, Carlos Nelson. **Marxismo e política: a dualidade de poderes e outros ensaios**. Cortez. São Paulo, 1994.

- COVA, B.; KOZINETTS, R.; SHANKAR, A. Tribe, Inc.: **The new world of tribalism. Consumer tribes**. New York: Elsevier, 2007. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/267923002_Consumer_Tribes>. Acesso em: 25 jan, 2021.
- DA COSTA, Adriano. **Propriedade Intelectual e pirataria**. Trabalho de conclusão de curso (Graduação em Jornalismo). Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2010. Disponível em: <<https://pantheon.ufrj.br/bitstream/11422/2773/1/ACOSTA.pdf>>. Acesso em: 10 jan, 2021.
- DA SILVA, Ruth Negreiros. Identidade: Zygmunt Bauman x Stuart Hall. Letra Magna. **Revista de Divulgação Científica em Língua Portuguesa, Linguística e Licenciatura**, v. 14, n. 23, 2018. Disponível em: <http://www.letramagna.com/artigos_23/artigo44_23.pdf>. Acesso em: 9 jan, 2021.
- DALMORO, Marlon; PEÑALOZA, Lisa; NIQUE, Walter Meucci. Resistência do Consumidor: Diferentes Estágios Teóricos de um mesmo Conceito. **Revista Brasileira de Marketing**, v. 13, p. 119–132, 2014. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/284403564_Resistencia_do_Consumidor_Diferentes_Estagios_Teoricos_de_um_mesmo_Conceito>. Acesso em: 20 jan, 2021.
- DE CERTEAU, Michel. **The practice of everyday life**. 1980. Tradução para o inglês, Berkley: University of California Press, 1984. Disponível em: <https://monoskop.org/images/2/2a/De_Certeau_Michel_The_Practice_of_Everyday_Life.pdf>. Acesso em: 20 fev, 2021.
- DECLARAÇÃO DOS DIREITOS DO HOMEM E DO CIDADÃO**, 1789. Universidade de São Paulo: Biblioteca Virtual de Direitos Humanos, 2015. Disponível em: <<https://bit.ly/3ITa39v>>. Acesso em: 7 mar, 2021.
- DELEUZE, Gilles e FOUCAULT, Michel. **Os intelectuais e o poder – conversa entre Michel Foucault e Gilles Deleuze**. Inc.: Microfísica do poder. Rio de Janeiro: Graal, 2000b. Disponível em: <https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/81012/mod_resource/content/1/Texto%2016%20Os%20intelectuais%20e%20o%20poder.pdf>. Acesso em: 22 fev, 2021.
- DELEUZE, Gilles. **Conversações**. São Paulo: Editora 34, 2008. Disponível em: <<https://grupodeestudosdeleuze.files.wordpress.com/2016/05/deleuze-g-conversac3a7c3b5es.pdf>>. Acesso em: 27 fev, 2021.
- FEATHERSTONE, Mike. **Cultura de consumo e pós-modernismo**. São Paulo: Nobel, 1995. Disponível em: <http://anpocs.com/images/stories/RBCS/32/rbcs32_07.pdf>. Acesso em: 5 jan, 2021.
- FILHO, João Bosco Moura Tonucci. **Além do Estado e do capital: notas sobre três abordagens do comum**. Crítica Marxista. Universidade Federal de Minas Gerais, Minas Gerais, n. 49, p. 153-173, 2019. Disponível em: <https://www.academia.edu/43118223/Al%C3%A9m_do_Estado_e_do_capital_notas_sobre_tr%C3%AAs_abordagens_cr%C3%ADticas_do_comum>. Acesso em: 15 jan, 2021.
- FIRAT, A. Fuat.; DHOLAKIA, Nikhilesh. **Consuming people: from political economy to theaters of consumption**. New York: Routledge, 1998. Disponível em: <<https://link.springer.com/article/10.1023%2FA%3A1006979309822>>. Acesso em: 28 jan,

2021.

FIRAT, A. Fuat; VENKATESH, Alladi. Liberatory Postmodernism and the Reenchantment of Consumption. **Journal of Consumer Research**, p.239–67, 1995. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/24098921_Liberatory_Postmodernism_and_the_Reenchantment_of_Consumption>. Acesso em: 20 fev, 2021.

FOUCAULT, Michel. **História da Sexualidade I: A vontade de saber**. Tradução Maria Thereza da Costa Albuquerque. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1988. Disponível em: <https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/2940534/mod_resource/content/1/Hist%C3%B3ria-da-Sexualidade-1-A-Vontade-de-Saber.pdf>. Acesso em: 27 mar, 2021.

FOUCAULT, Michel. **Vigiar e punir: Nascimento das prisões**. Tradução Raquel Ramallete. Petrópolis, Ed. Vozes, 1987. Disponível em: <https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/121335/mod_resource/content/1/Foucault_Vigiar%20e%20punir%20I%20e%20II.pdf>. Acesso em: 20 mar, 2021.

FRAGOSO, Tiago de Oliveira. Modernidade líquida e liberdade consumidora: o pensamento crítico de Zygmunt Bauman. **Revista Perspectivas Sociais**, v. 1, n.1. Pelotas, 2011. Disponível em: <<https://periodicos.ufpel.edu.br/ojs2/index.php/percsoc/article/viewFile/2344/2197>>. Acesso em: 19 mar, 2021.

GALVAGNO, Marco. The intellectual structure of the anti-consumption and consumer resistance field. **European Journal of Marketing**, v. 45, n. 11/12, p. 1688–1701, 2011. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/228448731_The_intellectual_structure_of_the_anti-consumption_and_consumer_resistance_field_An_author_co-citation_analysis>. Acesso em: 15 fev, 2021.

GARCIA, Roberta Maurício. **GAME OF TORRENTS: Pirataria e Cultura de Fãs em Game of Thrones**. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social). Universidade Federal de Juiz de Fora, 72 p. 2018. Disponível em: <<https://repositorio.ufjf.br/jspui/bitstream/ufjf/9998/1/robertamauriciogarcia.pdf>>. Acesso em: 31 jan, 2021.

GERBASE, Carlos. **Enxugando gelo: pirataria e direitos autorais de obras audiovisuais na era das redes**. Revista de Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, PUC, Rio Grande do Sul, 2007. Disponível em: <<https://www.e-compos.org.br/e-compos/article/view/193/194>>. Acesso em: 28 fev, 2021.

GIDDENS, A.. **Modernity and self-identity: self and society in the late modern age**. Stanford: Stanford University Press, 1991. Disponível em: <<https://repositorio.iscte-iul.pt/bitstream/10071/1243/1/17.pdf>>. Acesso em: 1 abr, 2021.

GIESLER, M. Conflict and compromise: drama in marketplace evolution. **Journal of Consumer Research**, p. 739-753, 2008. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/23547417_Conflict_and_Compromise_Drama_in_Marketplace_Evolution>. Acesso em: 25 mar, 2021.

GONÇALVES, Marcelo Coelho, **Exclusão digital na era da inclusão digital**. Monografia (Especialização em Gestão Estratégica da Informação). Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2013. Disponível em: <https://repositorio.ufmg.br/bitstream/1843/BUBD-9E9EHC/1/monografia_exclusao_digital_na_era_da_inclusao_digital_ufmg.pdf>. Acesso em: 19 fev, 2021.

GONÇALVES, Rafael R. **Identidade, consumo e sociabilidade: implicações éticas.**

Universidade Estadual do Rio de Janeiro, 2007. Disponível em:

<www.revispsi.uerj.br/v9n1/artigos/html/v9n1a15.htm>. Acesso em: 3 fev, 2021.

GRABOIS, Pedro Fornaciari. Transformar o Poder: Um Estudo Sobre a Questão da Biopolítica em Foucault e Negri. **Ensaio Filosóficos.** v. 3, p. 122-138, 2013. Disponível em:

<http://www.ensaiosfilosoficos.com.br/Artigos/Artigo8/grabois_pedro.pdf>. Acesso em: 12 mar, 2021.

GRAMSCI, Antonio. **Quaderni del Carcere.** Torino: Nuova Universale Einaudi, 1975.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade.** Tradução Tomaz Tadeu da Silva e Guacira Lopes Louro, v.11. Rio de Janeiro: DP&A, 2006. Disponível em:

<https://leiaarqueologia.files.wordpress.com/2018/02/kupdf-com_identidade-cultural-na-pos-modernidade-stuart-hallpdf.pdf>. Acesso em: 24 fev, 2021.

HARVEY, David. **Condição pós-moderna: uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural,** v.11, p. 125, São Paulo: Editora Loyola, 1993. Disponível em:

<https://www.academia.edu/31738097/David_Harvey_A_condi%C3%A7%C3%A3o_p%C3%B3s_moderna_Livro_COMPLETO>. Acesso em: 3 fev, 2021.

HOLT, D.B. & Thompson, C.J. Man-of-action heroes: the pursuit of heroic masculinity in everyday consumption. **Journal of Consumer Research,** p. 425–440, 2004. Disponível em:

<https://www.researchgate.net/publication/267922465_Man-of-Action_Heroes_The_Pursuit_of_Heroic_Masculinity_in_Everyday_Consumption>. Acesso em: 26 fev, 2021.

HOLT, D.B. Why do brands cause trouble? A dialectical theory of consumer culture and branding. **Journal of Consumer Research,** v. 29, n. 1, p. 70-90, 2002. Disponível em:

<https://www.researchgate.net/publication/24099128_Why_Do_Brands_Cause_Trouble_A_Dialectical_Theory_of_Consumer_Culture_and_Branding>. Acesso em: 17 mar, 2021.

HOOFD, IM. **Subversões cúmplices: ativismo cultural da nova mídia e teoria "elevada".** Primeira segunda-feira, v. 13, n. 10, 2008.

HORKHEIMER, M.; ADORNO, T. W.. **O conceito de esclarecimento. In: Dialética do esclarecimento: fragmentos filosóficos.** p. 19-52. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1985.

Disponível em: <https://files.cercomp.ufg.br/weby/up/208/o/fil_dialetica_esclarec.pdf>. Acesso em: 29 mar, 2021.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência.** Tradução de Susana Alexandria. São Paulo: Aleph, 2008. Disponível em: <https://www.nucleodesquisadosex-votos.org/uploads/4/4/8/9/4489229/cultura_da_convergencia_-_henry_jenkins.pdf>. Acesso em:

19 mar, 2021.

JENKINS, Henry; FORD, Sam; GREEN, Joshua. **Cultura da Conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável.** Tradução Patrícia Arnaud. São Paulo: Aleph, 2014. Disponível em: <<https://books.google.com.br/books?id=jM-uCgAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=pt-BR#v=onepage&q&f=false>>. Acesso em: 18 mar,

2021.

JUNIOR, C. G.; CRUZ, M. D. Quando a brincadeira vira coisa séria: dos mitos e (in)verdades sobre as relações entre jogos digitais, cultura e consumo. **Revista Brasileira de Ciências do**

Esporte, v. 38, n. 2, p. 179–185, 2016. Disponível em:
<<https://www.scielo.br/pdf/rbce/v38n2/0101-3289-rbce-38-02-0179.pdf>>. Acesso em: 19 fev, 2021.

KARABABA, E.; Ger, G. Early modern Ottoman coffeehouse culture and the formation of the consumer subject. **Journal of Consumer Research**, v. 37, n. 5, p. 737-760, 2011. Disponível em:
<https://www.researchgate.net/publication/228633566_Early_Modern_Ottoman_Coffeehouse_Culture_and_the_Formation_of_the_Consumer_Subject>. Acesso em: 23 mar, 2021.

KOZINETS, R.V.. Can consumers escape the market? Emancipatory illuminations from Burning Man. **Journal of Consumer Research**, p. 20–38, 2002.

KRAEMER, Fernanda.; SILVEIRA, Teniza da; ROSSI, Carlos Alberto Vargas. Evidências cotidianas de resistência ao consumo como práticas individuais na busca pelo desenvolvimento sustentável. **Cadernos EBAPE.BR**, Fundação Getúlio Vargas, v. 10, n. 3, p. 677–700, 2012. Disponível em:
<https://www.researchgate.net/publication/24099125_Can_Consumers_Escape_the_Market_Emancipatory_Illuminations_From_Burning_Man>. Acesso em: 28 jan, 2021.

KRESTCHMANN, Ângela. **O acesso à cultura e o monopólio de obras intelectuais: onde está o bem público? Para onde vai o Direito Autoral?** In: WACHOWICZ, Marcos (Org.). Propriedade intelectual e *internet*, v. 2. Curitiba, 2011. Disponível em:
<https://www.researchgate.net/publication/267750876_O_acesso_a_Cultura_e_o_Monopolio_d_e_Obras_Intelectuais_onde_esta_o_Bem_Publico_E_para_oude_vai_o_Direito_Autoral>. Acesso em: 21 fev, 2021.

LACORTE, Christiano. **Direito autoral. Cultura, tecnologia e sociedade**. Jus Navigandi, Teresina, v. 13, n. 2182, 2009.

LEE, Michael et al. Anti-consumption and consumer resistance: concepts, concerns, conflicts and convergence. **European Journal of Marketing**, v. 45, n. 11/12, Editorial, 2011. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/280724551_Anti-Consumption_and_Consumer_Resistance_Concepts_Concerns_Conflicts_and_Convergence>. Acesso em: 27 fev, 2021.

LEMOS, André. **Teoria Ator-Rede e Estudos de Comunicação**. Universidade Federal da Bahia. Salvador, 2016.

LEVY, Piérre. **Cibercultura**. São Paulo: Ed. 34, 1999. Disponível em:
<<https://mundonativodigital.files.wordpress.com/2016/03/cibercultura-pierre-levy.pdf>>. Acesso em: 13 fev, 2021.

LÉVY, Pierre. **O que é o virtual?** São Paulo: Ed. 34, 1997 Disponível em:
<http://www.mom.arq.ufmg.br/mom/02_arq_interface/6a_aula/o_que_e_o_virtual_-_levy.pdf> . Acesso em: 18 jan, 2021.

MACLARAN, P.; BROWN, S. **The center cannot hold: consuming the utopian marketplace**. **Journal of Consumer Research**, v. 32, n. 2, p. 311-323, 2005. Disponível em:
<https://www.researchgate.net/publication/23547260_The_Center_Cannot_Hold_Consuming_the_Utopian_Marketplace>. Acesso em: 19 fev, 2021.

MARTINS, Paulo H. **A sociologia de Marcel Mauss: Dádiva, simbolismo e associação**. *Revista Crítica de Ciências Sociais*, v. 73, 2005. Disponível em:

<<http://journals.openedition.org/rccs/954>>. Acesso em: 10 jan, 2021.

MASON, Matt. **The Pirate's Dilemma: How Youth Culture Is Reinventing Capitalism**. Free Press, 2009. Disponível em:

<<https://pdfweek.com/downloads/the%20pirates%20dilemma%20how%20youth%20culture%20is%20reinventing%20capitalism%20matt%20mason%20pdf>>. Acesso em: 23 mar, 2021.

MEILI, A. M. **Cinema na Internet. Espaços informais de circulação, pirataria e cinefilia**.

Tese (Doutorado em Comunicação Social). PUC-RS, p. 255, 2015. Disponível em:

<<https://repositorio.pucrs.br/dspace/bitstream/10923/7433/1/000471263-Texto%2bCompleto-0.pdf>>. Acesso em: 26 mar, 2021.

MELO, J. M. DE; MORAIS, O. J. DE; SOUZA, R. M. V. DE. Teorias da Comunicação: Correntes de Pensamento e Metodologia de Ensino. **Intercom - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação**, v. 14, p. 551, São Paulo, 2014. Disponível em:

<<http://www.portcom.intercom.org.br/ebooks/arquivos/8ba840f439e5d6b8c5eb6ce94faeca68.pdf>>. Acesso em: 30 mar, 2021.

MESSIAS, José Carlos. **“Peer Piracy”: Aspectos Centrais da Produção por Pares e da Pirataria e suas Contribuições nas Transições do Capitalismo Contemporâneo**. Tese (Doutorado em Comunicação). Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro. p. 78–90, 2014. Disponível em:

<https://www.researchgate.net/publication/328543828_PEER_PIRACY_aspectos_centrais_da_producao_por_pares_e_da_pirataria_e_suas_contribuicoes_nas_transicoes_do_capitalismo_contemporaneo>. Acesso em: 27 fev, 2021.

MESSIAS, José Carlos. **Notas sobre a pirataria de games no Brasil: inclusão (digital) dos pobres e resistência**. Programas de Pós-Graduação em Comunicação. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, n. 33, p. 1–173, 2015. Disponível em:

<https://www.researchgate.net/publication/286236718_Notas_sobre_a_pirataria_de_games_no_Brasil_inclusao_digital_dos_pobres_e_resistencia>. Acesso em: 20 mar, 2021.

MIRANDA, Denis de. Raposo, Eduardo de Vasconcelos. **A construção da identidade do oficial do Exército Brasileiro**. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais). PUC Rio, Rio de Janeiro, p. 173 2013. Disponível em: <<http://www.editora.puc-rio.br/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm?infoid=502&sid=3>>. Acesso em: 15 jan, 2021.

MIRANDA, Denis de. Raposo, Eduardo de Vasconcelos. **A construção da identidade do oficial do Exército Brasileiro**. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais). PUC Rio, Rio de Janeiro, p. 173 2013. Disponível em: <<http://www.editora.puc-rio.br/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm?infoid=502&sid=3>>. Acesso em: 15 jan, 2021.

MOREL, Leonardo de Moraes. **Impactos das inovações em serviços no mercado brasileiro de música: o caso da tecnologia streaming**. Dissertação (Mestrado em Políticas Públicas, Estratégias e Desenvolvimento). Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2017. Disponível em: <<http://www.gedai.com.br/wp-content/uploads/2019/06/047-OS-SERVI%3%87OS-DE-STREAMING-E-OS-MODELOS-DE-CONSUMO-NOS-MERCADOS-DA-M%3%9ASICA-V%3%8DDEO-E-EDITORIAL.pdf>>. Acesso em: 26 fev, 2021.

NEGRI, Antonio e HARDT, Michael. **Império**. 9ª ed. Rio de Janeiro: Record, 2010.

NEGRI, Antonio e HARDT, Michael. **Multidão**. Rio de Janeiro: Record, 2005.

NEGRI, Antonio; HARDT, Michael. **Commonwealth**. Cambridge: Harvard University Press, 2009.

NEGRI, Antonio; HARDT, Michael. **Declaração: isto não é um manifesto**. Tradução Carlos Szlak. São Paulo: n-1, 2014.

OLIVEIRA, Thiago Chagas. Estado, Coerção e Consenso em Marx e Gramsci. **VII Seminário do Trabalho: Trabalho, Educação e Políticas Sociais no Século XXI**, UNESP. Marília, São Paulo, 2012. Disponível em: <<http://www.estudosdotrabalho.org/texto/gt8/estado.pdf>>. Acesso em: 1 abr, 2021.

Ozanne, J.L. & Murray, J.B. Uniting critical theory and public policy to create the reflexively defiant consumer. **American Behavioral Scientist**, v. 38, n. 4, p. 516–525, 1995. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/247751439_Uniting_Critical_Theory_and_Public_Policy_to_Create_the_Reflexively_Defiant_Consumer>. Acesso em: 18 jan, 2021.

PALACIOS, Marcos. **Cotidiano e Sociabilidade no Cyberespaço: Apontamentos para Discussão**, p. 87-104, 1998. Disponível em: <<http://www.comunidadesvirtuais.pro.br/hipertexto/biblioteca/palacios.pdf>>. Acesso em: 10 fev, 2021.

PASQUINELLI, Matteo. **Guerra Civil Imaterial: Protótipos de Conflito dentro do Capitalismo Cognitivo**. In: LUGAR COMUM, Estudos de Mídia, Cultura e Democracia, n. 25, p.121-135. Tradução Alexandre Mendes e Gilvan Vilarim. Rio de Janeiro: UFRJ, 2008. Disponível em: <http://matteopasquynelli.com/docs/Pasquynelli_Guerra_Civil_Imaterial.pdf>. Acesso em: 24 fev, 2021.

PEÑALOZA, L.; PRICE, L. Consumer resistance: a conceptual overview. **Advances in Consumer Research**, v. 20, n.1, p. 123-128, 1993. Disponível em: <<https://www.acrwebsite.org/volumes/7423/volumes/v20/NA-20>>. Acesso em: 18 mar, 2021.

PIERONI, Thalles Mello Batista. Sobre a função social do autor e o acesso à cultura e livre informação. **Revista do CAAP**, n.1, v.24, p. 85-107, Minas Gerais, 2019. Disponível em: <<https://revistadoaacap.direito.ufmg.br/index.php/revista/article/view/479>>. Acesso em: 13 jan, 2021.

PINTO, Rodrigo Póvoa Braule. **Lei de Direitos Autorais [manuscrito]: pequenos trechos, grandes problemas**. Monografia (Curso de Especialização em Processo Legislativo da Câmara dos Deputados), Brasília, 2009. Disponível em: <https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0100-19651998000200011>. Acesso em: 10 jan, 2021.

RECUERO, Raquel da Cunha. Comunidade Virtuais: uma abordagem teórica. **V Seminário Internacional de Comunicação**. PUC RS, Rio Grande do Sul, 2003. Disponível em: <<http://www.raquelrecuero.com/teorica.pdf>>. Acesso em: 17 fev, 2021.

RETONDAR, Anderson Moebus. **A (re)construção do indivíduo: a sociedade de consumo como "contexto social" de produção de subjetividades**. Sociedade e Estado, v. 23, n.1, p. 137-160, Brasília, 2008. Disponível em: <<https://www.scielo.br/pdf/se/v23n1/a06v23n1.pdf>>. Acesso em: 28 fev, 2021.

RODRIGUES, Samara Megume; CANIATO, Angela Maria Pires. Subjetividade e indústria cultural: uma leitura psicanalítica da cumplicidade dos indivíduos com a lógica da mercadoria. **Psicologia em Revista**, v. 15, n. 2, p. 227–246, Belo Horizonte, 2012. Disponível em: <http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1677-11682012000200005>. Acesso em: 18 mar, 2021.

ROUX, D. Consumer resistance: proposal for an integrative framework. **Recherche et**

Applications en Marketing, v. 22, n. 4, p. 59–79, 2007. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/259647505_Consumer_Resistance_Proposal_for_an_Integrative_Framework>. Acesso em: 25 fev, 2021.

SATURNINO, Rodrigo Flávio. **A política dos piratas Informação , culturas digitais e identidades políticas**. Tese (Doutorado em Sociologia). Especialidade Cultura, Comunicação e Estilos de Vida. Universidade de Lisboa, p. 1–322, 2015. Disponível em: <https://repositorio.ul.pt/bitstream/10451/20229/1/ulsd071378_td_Rodrigo_Saturnino.pdf>. Acesso em: 20 fev, 2021.

SLATER, Don. **Cultura, consumo e modernidade**. São Paulo: Nobel, 2002. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?id=Au3OR-g0xCYC&printsec=frontcover&hl=pt-BR&source=gbv_vpt_read#v=onepage&q&f=false>. Acesso em: 15 jan, 2021.

SOUSA, Maria B. P. **Sociedade resistência ao consumo: um estudo sobre os hábitos e práticas de pessoas que não gostam de consumir**. Trabalho de Conclusão de curso (Comunicação Social - Publicidade e Propaganda). Universidade Federal do Paraná. Curitiba, 2014. Disponível em: <https://acervodigital.ufpr.br/bitstream/handle/1884/39530/TCC_Maria%20Beatriz%20Portelina_GRR20113759_vfinal.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 7 jan, 2021.

SOUZA, Allan Rocha de. Direitos autorais e acesso à cultura. **Intercom - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação** Liinc em Revista. v. 7, n.2, p. 416-436, Rio de Janeiro, 2011. Disponível em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/ebooks/arquivos/8ba840f439e5d6b8c5eb6ce94faeca68.pdf>>. Acesso em: 25 fev, 2021.

THOMPSON, C.J. Natural health discourses and the therapeutic production of consumer resistance. **The Sociological Quarterly**, v. 44, n. 1, p. 81–107, 2003. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/229875032_Natural_Health_Discourses_and_the_Therapeutic_Production_of_Consumer_Resistance>. Acesso em: 10 jan, 2021.

THOMPSON, C.J.. Marketplace mythology and discourses of power. **Journal of Consumer Research**, v. 31, n. 1, p. 162-180, 2004. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/276283284_Marketplace_Mythology_and_Discourses_of_Power>. Acesso em: 29 jan, 2021.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia**. 15ª Ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2014. Disponível em: <https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/5537279/mod_resource/content/2/a-midia-e-a-modernidade-john-thompson.pdf>. Acesso em: 4 fev, 2021.

TILIO, Rogério Casanovas. Tese (Doutorado em Letras). **O livro didático de inglês em uma abordagem sócio-discursiva: culturas, identidades e pós-modernidade**, PUC Rio, Rio de Janeiro, 2006. Disponível em: <https://www.maxwell.vrac.puc-rio.br/8835/8835_1.PDF>. Acesso em: 21 fev, 2021.

TIRP, Malena Thailana. **A audiência de Game of Thrones no Twitter: análise das decepções em rede**. Trabalho de conclusão de curso em Comunicação Social - Publicidade e Propaganda. Porto Alegre, 2019. Disponível em: <<https://lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/200479/001102225.pdf?sequence=1&isAllowed=y>>. Acesso em: 1 fev, 2021.

VEGH, S. **Classifying forms of on-line activism: the case of cyberprotests against the**

World Bank. In: MCCAUGHEY, M.; AYERS, M. (Orgs.). *Cyberactivism: on-line activism in theory and practice*. London: Routledge, p.71-95, 2003. Disponível em: <<https://www.taylorfrancis.com/chapters/edit/10.4324/9780203954317-9/classifying-forms-online-activism-case-cyberprotests-world-bank-sandor-vegh>>. Acesso em: 30 mar, 2021.

VIANNA, Túlio Lima. A Ideologia da Propriedade Intelectual: a inconstitucionalidade da tutela penal dos direitos patrimoniais do autor. **Revista da Escola da Magistratura do Estado do Rio de Janeiro**, Rio de Janeiro, v. 30, p. 89-108, 2005. Disponível em: <<https://dspace.almg.gov.br/handle/11037/28968>>. Acesso em: 18 mar, 2021.

WEBER, Max. **Economia e Sociedade: fundamentos da Sociologia compreensiva**. Tradução de Regis Barbosa e Karen Eslabe Barbosa, v.1. Brasília, Universidade de Brasília, 1999.

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação**. 2ª ed. Lisboa: Editora Presença Ltda, 1992. Disponível em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/ebooks/arquivos/8ba840f439e5d6b8c5eb6ce94faeca68.pdf>>. Acesso em: 3 mar, 2021.