

Criação e distribuição na era digital

Liana Gross FURINI¹

Resumo

Esse artigo retoma o surgimento e popularização das tecnologias digitais e aponta como essas tecnologias influenciaram na forma de criar conteúdo. Começamos os apontamentos sobre ciberespaço com base nos conceitos de Pierre Lévy, Francisco Rüdiger e Lucia Santaella e, a partir daí, discutimos como as tecnologias digitais e, mais precisamente, a internet, influenciaram nas formas de distribuição de conteúdo, tirando o controle absoluto das obras das mãos das produtoras e distribuidoras e aumentando o debate com relação à pirataria.

Palavras-chave: Tecnologias Digitais. Internet. Pirataria. Ciberespaço.

Introdução

Segundo Nicholas Negroponte (1995, p. 22), o digital permite corrigir erros comuns dos materiais analógicos, como o chiado do rádio, o chuveiro da televisão, etc. A possibilidade de minimizar esses erros somada à compactação dos arquivos digitais influenciaram fortemente para que as tecnologias digitais ficassem muito populares.

Lessig (2005) explica que as tecnologias de publicação que eram usadas antes da internet eram caras, fator que contribuiu para que a maior parte das publicações fossem comerciais. Já com relação às tecnologias digitais, o mesmo autor fala que elas permitem que as pessoas possam capturar imagens, mas a internet trouxe um grande diferencial com relação à circulação. A captação de imagens não é a grande novidade, mas as tecnologias digitais trouxeram a possibilidade de copiar o material infinitamente, já que a qualidade do material copiado é a mesma do original (LEMOS, 2002, p. 74).

¹ Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da PUCRS. E-mail: liana.furini@acad.pucrs.br.

A internet caracterizou uma grande mudança na forma como o conteúdo é compartilhado e distribuído. Com ela, os produtores de obras artísticas, gráficas, fonográficas, audiovisuais, etc., puderam dividir as suas criações com um número muito grande de pessoas de forma instantânea, processo que era impensável antes das tecnologias digitais (LESSIG, 2005, p. 62). Convergindo com essa ideia, Lemos (2002, p. 123) pontua que a internet criou “uma revolução sem precedentes na história da humanidade. Pela primeira vez o homem pode trocar informações, sob as mais diversas formas, de maneira instantânea e planetária”.

Desde o advento da fotografia não cessam de surgir novos dispositivos para a produção da imagem: a cinematografia, a televisão, o vídeo, a holografia, as imagens numéricas produzidas computacionalmente e, hoje, as imagens que venho chamando de “voláteis”, isto é, imagens digitais proliferantes, quase sempre triviais, que, capturadas por *webcams*, câmeras digitais e celulares, são teletransportáveis, viajando pelas redes de um ponto qualquer para outro ponto do globo (SANTAELLA, 2007, p. 353).

A rápida disseminação da rede se deveu muito à associação de dois conceitos: o de servidores de informação e o de hipertexto. “O usuário pode navegar de um texto de um servidor para qualquer outro, bastando para isso seguir alguns protocolos muito simples” (SANTAELLA, 2007, p. 321).

Selonk (2004, p. 162) pontua que o uso individual e doméstico dos aparelhos multimídia, da internet e dos computadores “são algumas das características destes novos tempos marcados pela variedade de equipamentos culturais”. Além da questão técnica, as tecnologias digitais foram grandes influenciadoras na criação de uma cultura na qual compartilhar conteúdo é muito importante. A internet alterou a forma como o conteúdo era publicado e difundido na internet, haja vista que, dentro desse ambiente, cada indivíduo faz parte do diálogo (TIETZMANN; PASE, 2008).

Na internet, os próprios usuários alimentam a rede e “terminaram por configurar a sua utilização numa relação estabelecida com base na otimização da cooperação, tanto em nível local quanto internacional” (LEITE, JANOTTI JUNIOR, 2010, p. 248). Alex Primo (2007, p. 197) sugere que os usuários de internet tendem a participar dos ambientes de cooperação para se sentirem pertencentes a um grupo. A cooperação, segundo Recuero (2009, p. 81), “é o processo formador das estruturas sociais Nesse contexto, passamos a falar de uma comunicação que se dá em um sentido duplo de informação, no qual não temos mais a figura de um emissor que fala para uma grande

massa e de um receptor passivo. Roberto Tietzmann e André Pase (2008) explicam que essa comunicação de muitos para muitos – bem diferente das mídias tradicionais, nas quais a comunicação acontecia de um para muitos –, onde se criou um espaço em que qualquer pessoa podia ser um produtor de conteúdo, caracteriza a *Web 2.0*.

Castells (2003) aponta que a internet foi desenvolvida “a partir de uma arquitetura informática aberta e de livre acesso desde o início” (p. 258). Ela foi projetada “para interpretar qualquer censura como um obstáculo técnico e reconfigurar a via de transmissão” (p. 282). Sendo assim, a própria rede se encarrega de perceber os problemas de censura, se organizar e liberar o conteúdo.

A digitalização dos processos envolvidos com a produção somada à difusão da internet facilitou a circulação das obras e fomentou um meio alternativo onde Gerbase destaca que “o espectador atua à margem do sistema e obtém o que quer baixando conteúdos disponíveis na rede, ou comprando uma cópia clandestina” (GERBASE, 2007, p. 02). Barone (2008, p. 06) converge com o texto de Gerbase, acrescentando que as tecnologias digitais estão ampliando a circulação de obras, inclusive de forma comercial.

Para os produtores independentes, a internet foi muito importante porque facilitou que as suas obras fossem largamente divulgadas de forma muito mais rápida. Conforme explica Santaella (2007), as mídias, tanto as tradicionais quanto as novas, além de “produtoras de cultura por conta própria, são também as grandes divulgadoras das outras formas e gêneros de produção cultural” (p. 150). Utilizando o meio digital, os produtores independentes produzem, arquivam e apresentam os seus trabalhos em formato digital e, dessa forma, exploram todo o potencial possibilitado por desse meio (p. 142).

À medida que o meio digital se consolida como um suporte eficiente de comunicação, mais as pessoas o entendem como universal. O fato de o conteúdo poder circular de um computador para o outro e de o usuário de um computador poder se comunicar com qualquer outro computador do mundo fortalece a ideia de um meio que facilita a vida e o trabalho das pessoas. (LÉVY, 1999, p. 112).

As tecnologias digitais melhoraram as formas tradicionais de armazenamento, manipulação e difusão das informações, e esse potencial aumenta conforme aumenta a largura das bandas de internet Assim, a internet vai se tornando cada vez mais essencial para a transmissão e circulação desses conteúdos.

Quando as bandas eram ainda estreitas e a WWW não havia dado início ao seu reinado, o CD-ROM serviu tanto como meio de armazenamento como um recurso de *mise-en-scène* da interatividade. Com o aumento da largura das bandas, a internet apresenta maiores vantagens que o CD-ROM (SANTAELLA, 2007, p. 296).

Os usuários que mais têm contato com a rede acabam sendo aquele que melhor utilizam o seu potencial interativo. Uma questão que precisa ser levada em conta com relação à utilização da internet e das plataformas digitais em geral é a cultura de cada usuário.

As mudanças geracionais nas tecnologias da comunicação criam efeitos sociais, culturais, técnicos e cognitivos, cujo nível de efetividade e de penetração da natureza depende da natureza e do alcance da implementação das tecnologias em cada cultura (SANTAELLA, 2007, p. 201).

O ciberespaço

Na internet existe um espaço de informação que surge da conexão entre os computadores ao redor do mundo: o ciberespaço (LÉVY, 1999, p. 17). Rüdiger (2001, p. 291) o define como “espaço criado artificialmente pela convergência entre o mundo online gerado pelas redes telemáticas e as projeções digitais e imaginárias dos sujeitos que, direta ou indiretamente, interagem por seu intermédio”.

Segundo Santaella (2007, p. 179), todo o conteúdo contido no ciberespaço tem a capacidade de ser copiado por qualquer usuário da rede e ser duplicado infinitas vezes e, assim, “existir simultaneamente na memória de milhares de computadores”. Essa cópia ilimitada levanta muitas questões legais relacionadas ao direito autoral das obras, que comentaremos adiante nesse trabalho. A autora define ciberespaço como “o espaço informacional das conexões de computadores ao redor do globo, portanto um espaço que representa o conceito de rede e no qual a geografia física não importa, pois qualquer lugar do mundo fica à distância de um clique” (SANTAELLA, 2007, p. 178), e pontua algumas palavras de ordem do ciberespaço: *disponibilizar*, *trocar*, *colaborar*. A disponibilização de textos, imagens, vídeos vem de encontro à natureza interativa hipermidiática da internet. O conjunto das técnicas, práticas, atitudes e valores que são construídos no ciberespaço é chamado de *cibercultura*.

O aumento das trocas entre usuários foi intensificado através do sistema *peer to peer* (P2P), sistema de conexão direta entre os usuários da internet, sem que haja a

necessidade de ter o intermédio de um servidor. A rede de computadores é um meio que estimula a colaboração entre os usuários. Podemos perceber isso porque “brotam a cada dia *sites* que se constroem por meio de autorias coletivas, naquilo que vem sendo chamado de ‘coletivismo *on-line*’” (SANTAELLA, 2007, p. 182). Segundo Lessig (2005), o sistema P2P está entre as tecnologias mais eficazes trazidas pela internet, porque ele facilita a distribuição de conteúdo de forma inimaginável antes dela.

O ciberespaço estimula a troca de conteúdo entre os usuários, “enquanto as mídias clássicas praticam uma comunicação unidirecional na qual os receptores estão isolados uns dos outros” (LÉVY, 1999, p. 203). Antes da internet, os emissores de conteúdo eram tidos como soberanos que apenas passavam informação para receptores pacíficos. Depois do surgimento e posterior popularização da internet, essa visão se alterou e começou-se a entender que os receptores de conteúdo da internet são, primeiramente, seus usuários e, portanto, são potenciais produtores de conteúdo. Lévy (1999, p. 111) entende que cada usuário da internet é um nó dessa grande rede e “pode tornar-se produtor ou emissor de novas informações, imprevisíveis, e reorganizar uma parte da conectividade global por sua própria conta”. Essas tecnologias das quais estamos falando são, em suma, tecnologias interativas. A interatividade ilimitada coloca em xeque a questão de autoria e acaba por nublar “as fronteiras entre produtores e consumidores, emissores e receptores” (SANTAELLA, 2007, p. 79).

Um dos principais efeitos do ciberespaço é “o de acelerar cada vez mais o ritmo da alteração tecno-social, o que torna ainda mais necessária a participação ativa na cibercultura” (LÉVY, 1999, p. 30). O estímulo da interconexão entre os usuários é um dos pontos que Lévy (1999, p. 127) coloca como princípios orientadores do crescimento do ciberespaço, ao lado da criação de comunidades virtuais e da inteligência coletiva. Santaella (2007, p. 145) acrescenta que esse estímulo contribui para o aumento da circulação de informações, que são passadas dos produtores aos consumidores muito rapidamente.

A facilidade de replicação e transmissão de conteúdo trazida pela internet cria um espaço de sentido duplo: ao mesmo tempo que ela se coloca como um repositório infinito de atrações, pode também ser apontada como um espaço de prática de atividades ilícitas favorecida pela tecnologia. Na linha de frente desta disputa está o que é definido amplamente como *pirataria*.

A internet colaborou para a criação de uma cultura na qual compartilhar conteúdo é muito importante. Ela trouxe a possibilidade de as pessoas distribuíssem suas criações para muito além dos limites locais, impostos geograficamente. “Esse poder mudou o mercado de criação e cultivo da cultura em geral, e essa mudança por sua vez ameaça as indústrias de conteúdo estabelecidas” (LESSIG, 2005, p. 36).

A partir do momento que as pessoas tiveram a possibilidade de distribuir o conteúdo presente na rede da maneira que mais as interessasse, criou-se um mercado muito competitivo e dificultoso para as produtoras e distribuidoras tradicionais, que antes detinham todo o controle sobre a circulação das suas obras.

Essa eficiência da internet em compartilhar conteúdo acaba trazendo um problema para a questão dos direitos autorais. Lessig (2005) explica que a rede não identifica se o material que está sendo compartilhado está ou não sob proteção de direitos autorais. “Por isso, tem ocorrido uma enorme quantidade de troca de arquivos com *copyright*. Essa distribuição, por sua vez, incitou a guerra, já que os donos dos direitos autorais temem que o compartilhamento acabe por ‘privar o autor de seus rendimentos’” (p. 41). A rede não distingue também material comercial ou não. Dessa forma, a lei de direitos autorais “controla não apenas a atividade de criadores comerciais, mas efetivamente de qualquer um (p. 43).

Compartilhamento de arquivo e pirataria

Pirataria se refere à apropriação não autorizada de produtos ou serviços que estejam sob resguardo de direitos autorais. Estes podem ser relativos a qualquer artigo que tenha a possibilidade de ser reproduzido, como música, filmes, software, roupas, aparelhos eletrônicos, etc. O acesso a materiais piratas pode acontecer por profissionais que buscam monetização através da venda desse material, por provedores de serviço, que dão o suporte para que o material seja compartilhado, por pessoas que utilizam a rede para trocar conteúdo ou por consumidores que fazem cópias para uso pessoal ou para compartilhar com seus familiares e amigos (AMBROSI; PEUGEOT; PIMIENTA, 2005).

Como vimos, a internet tem sido muito utilizada para a propagação também desse tipo de arquivo, fato que gerou, por parte da indústria, muitas contestações quanto à utilização da internet como meio de circulação de obras. Lessig (2005, p. 90) aponta

que, quando as vendas da indústria fonográfica caíram 11,4%, em 1981, a indústria comprovou o seu ponto de vista, de que “a tecnologia era o problema e bani-la ou regula-la era a resposta”. Gerbase (2007, p. 02) converge com o texto de Lessig, e afirma ainda que a discussão tende a aumentar, já que “as novas e generosas larguras de banda permitem baixar todo tipo de produto audiovisual num tempo inferior a um passeio de carro até a locadora mais próxima.

Pase (2008, p. 62) discorre sobre quando a pirataria atinge a indústria cinematográfica, citando as chaves de proteção que as produtoras criavam para impedir que os arquivos fossem copiados para o computador, mas que não impedia a duplicação dos discos e nem que se distribuísse na Internet versões compactadas dos filmes. “A proteção industrial é quebrada em segundos em um computador simples com o uso de softwares como o DVD Shrink”.

Lessig (2005) pontua que estamos no meio de uma guerra contra a pirataria, provocada pela internet, já que ela indicou aos usuários que a circulação oficial não é a única forma de consumir conteúdo. Lévy (1999, p. 12) elucida que “O fato de que o cinema ou a música também sejam indústrias e parte de um comércio não nos impede de apreciá-los”. Para os grandes produtores comerciais de conteúdo, como estúdios de filme, redes de televisão, produtores de jogos de videogames, etc., o ciberespaço poderia “acolher uma espécie de banco de dados universal onde poderiam ser encontrados e consumidos, mediante pagamento, todas as mensagens, todas as informações, todos os programas, todas as imagens, todos os jogos imagináveis” (LÉVY, 1999, p. 201). Acontece que, em função da facilidade de se *emprestar* conteúdo na internet, como os usuários se emprestam mídias físicas, muito comumente os usuários da rede entram em contato com esses conteúdos comerciais mas sem pagar por eles. Partindo desse pressuposto, a internet acaba sendo responsável por atender um grande público, mesmo que isso aconteça através de um canal alternativo às estruturas tradicionais de circulação – e ilegal.

Considerações finais

A facilidade de captura e circulação das obras a partir das tecnologias digitais facilitou o trabalho dos produtores independentes de conteúdo, porém tirou o controle

das obras de cunho comercial da mão das indústrias do ramo. Esse fato colaborou para que fossem criadas leis para administrar essa circulação.

Autores como Lessig (2005) e Yar (2008) apontam que a *indústria do copyright* tenta criminalizar as práticas de pirataria a partir das leis de direito autoral. Essas leis desafiam e criminalizam práticas de pirataria e roubo de direitos autorais, principalmente com relação ao uso da internet para distribuir conteúdo (YAR, 2008, p. 605). O problema dessas leis, segundo Lessig (2005, p. 37), é que “a guerra para livrar a internet dos ‘piratas’ vai livrar também a nossa cultura de valores que tem sido inerentes à nossa tradição desde o início”, referindo-se, nesse ponto, à cultura que temos de compartilhar grande parte do que criamos ou nos identificamos, que faz parte da sociedade.

Conforme discutido no texto de Castro (2006), os usuários têm a percepção de que baixar músicas na internet é como pegar um CD emprestado. Práticas como essas não são entendidas como crime, mas como uma forma de compartilhamento entre amigos. Para esses usuários, a pirataria só é percebida como crime quando se trata de fabricar e vender CDs falsificados. O uso doméstico de internet, de aparelhos multimídia e também a popularização das redes sociais na internet – que acabam estimulando o compartilhamento de todo tipo de conteúdo entre a rede de contato dos usuários – foram fatores que contribuíram para que o compartilhamento de arquivos fosse tido como natural. Os usuários de internet não são mais meros espectadores da mídia: eles agora participam ativamente dela.

A figura dos receptores de conteúdo mudou muito com a consolidação das tecnologias digitais. Baseado em todas essas mudanças, Lessig (2005, p. 31) opina que o sistema de controle de compartilhamento de conteúdo deve se ajustar às tecnologias de seu tempo, e não o contrário. “E, à medida que se ajusta, ela muda. Ideias que eram tão sólidas quanto pedra em uma época se desintegram em outra”.

Segundo Negroponte (1995), a lei que se refere ao direito autoral está ultrapassada, pois se preocupa com a facilidade que as pessoas tem de fazer cópias, mas esquece que, no meio digital, a qualidade dessas cópias se mantém a mesma da versão original. Na internet, ainda não se sabe claramente quem paga o que e, assim, ela pode ser concebida como um serviço gratuito para todos os usuários, que tem o poder de transmitir qualquer tipo de conteúdo para um grande número de pessoas com poucos cliques. Segundo o autor, mesmo que, no futuro, haja um ajuste e os usuários tenham

que pagar para enviar conteúdo, o valor deverá ser infinitamente mais baixo que o das tarifas postais.

Lévy (1999, p. 11) reconhece que o crescimento do ciberespaço é resultado de um grande movimento colaborativo de pessoas que queriam “experimentar, coletivamente, formas de comunicação diferentes daquelas que as mídias clássicas nos propõem”. Ele acredita também que a era digital faz parte da abertura de um novo espaço de comunicação. Sendo assim, precisamos explorar os benefícios que esse espaço pode nos trazer nos planos econômico, político, cultural e humano.

Referências

- AMBROSI, Alain; PEUGEOT, Valérie; PIMIENTA, Daniel. **Desafios de palavras: enfoques multiculturais sobre as sociedades da informação**. S/L: C&F Éditions, 2005.
- BARONE, João Guilherme. **Exibição, crise de público e outras questões do cinema brasileiro**. Porto Alegre: Sessões do Imaginário, 2008.
- CASTELLS, Manuel. “Internet e sociedade em rede”. In: MORAES, Dênis de (Org.). **Por uma outra comunicação**. Record: Rio de Janeiro, 2003.
- CASTRO, Gisela G. S. **Pirataria na música digital: Internet, direito autoral e novas práticas de consumo**. Unirevista, vol. 1, 2006.
- GERBASE, Carlos. **Enxugando gelo: pirataria e direitos autorais de obras audiovisuais na era das redes**. revista da associação nacional dos programas de Pós-Graduação em comunicação, Volume 10, 2007.
- LEMO, André. **Cibercultura: tecnologia e vida social na cultura contemporânea**. Porto Alegre: Sulina, 2002.
- LESSIG, Lawrence. **Cultura livre: como a grande mídia usa a tecnologia e a lei para bloquear a cultura e controlar a criatividade**. São Paulo: Trama, 2005.
- LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34. 1999.
- NEGROPONTE, Nicholas. **A vida digital**. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.
- PASE, André Fagundes. **Vídeo online, Alternativa Para as Mudanças da TV na Cultura Digital**. Porto Alegre: Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, 2008.
- PRIMO, Alex. **Interação mediada por computador: comunicação, cultura, cognição**. Porto Alegre: Sulina, 2007.
- RECUERO, Raquel. **Diga-me com quem falas e dir-te-ei quem és: a conversação mediada pelo computador e as redes sociais na internet**. Porto Alegre: Revista Famecos, 2009.

RÜDIGER, Francisco. **As teorias da cibercultura: perspectivas, questões e autores**. Porto Alegre: Sulina, 2011.

SANTAELLA, Lucia. **Linguagens líquidas na era da mobilidade**. São Paulo: Paulus, 2007.

SELONK, Aletéia Patrícia de Almeida. **Distribuição cinematográfica no Brasil e suas repercussões políticas e sociais** – um estudo comparado da distribuição cinematográfica nacional e estrangeira. Porto Alegre: Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, 2004.

TIETZMANN, Roberto; PASE, André F. **Curiosidade e Ffdelização: blogs como ferramentas de distribuição de conteúdo**. Seminário Blogs, Redes Sociais e Comunicação Digital. Novo Hamburgo: Feevale, 2008.

YAR, Majid. **The rhetorics and myths of anti-piracy campaigns: criminalization, moral medadody and capitalista property relations in the classroom**. London: Keele University, 2008.