

**UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE  
INSTITUTO DE ARTE E COMUNICAÇÃO SOCIAL  
CURSO DE GRADUAÇÃO DE PRODUÇÃO CULTURAL**

**VENDENDO VINHO SEM GARRAFAS:  
As Novas Tecnologias na Fruição do Produto Cultural**

**MARINA GOMES DE OLIVEIRA POLO**

**NITERÓI  
2009**

MARINA GOMES DE OLIVEIRA POLO

**VENDENDO VINHO SEM GARRAFAS:  
As Novas Tecnologias na Fruição do Produto Cultural**

Monografia apresentada ao Curso de Graduação em  
Produção Cultural da Universidade Federal Fluminense,  
como requisito parcial para obtenção do Grau de  
Bacharel.

Orientador: Prof. Luiz Carlos Mendonça

NITERÓI  
2009

“O uso de tecnologia digital muda os comportamentos, cria fantásticas possibilidades de democratizar os acessos à informação e ao conhecimento, maximizar os potenciais dos bens e serviços culturais, amplificar os valores e, portanto, a nossa cultura, e potencializar a produção cultural, criando inclusive novas formas de arte.” GILBERTO GIL

## RESUMO

O trabalho trata a relação entre produtos culturais e tecnologia, como a tecnologia interfere no comportamento cultural e na forma de consumo da cultura. Para isso, perpasso por questões como a Modernidade Industrial, do meio como suporte, do ato mediado pelo aparelho e conseqüentemente da nova experiência do tempo e espaço, a qual alterou o estado perceptivo do ser humano. A vida associada a novas experiências tecnológicas gerou novos modos de fazer, perceber e de pensar a Cultura.

Temas como as angústias do tempo de hoje perante a Industrialização e o aparecimento de tecnologias novas que alteram socialmente o comportamento humano serão abordados. O "aparato tecnológico" faz emergir uma nova consciência. A partir dos anos oitenta a experiência do virtual ganha novas proporções. Defrontamo-nos com um novo impacto da técnica: o Digital, o Ciber, a Internet, o World Wide Web que proporcionam mudanças de paradigmas técnicos, tecnológicos e comerciais e reformulam o sistema capitalista abrindo espaço para um novo modelo de negócios.

O uso da tecnologia pela cultura e o uso da cultura pela tecnologia tornou-se um binômio dos dias atuais, isso por que, a troca entre ambos é tão comum no dia-dia que sua importância passou a ser primordial na construção de identidade contemporânea. Destaca-se as implicações socioculturais do cotidiano diante de uma sociedade do conhecimento, cada vez mais cercada pelas novas tecnologias e pela inovação contínua. A reflexão parte da importância e do papel, cada vez maior, que a tecnologia tem na forma de lidar com a fruição do produto cultural.

**Palavra chave:** Novas tecnologias, cultura digital, produto cultural, cibercultura, inovação tecnológica, propriedade intelectual, produção cultural, P2P

## ABSTRACT

This work investigates the relationship between cultural products and technology, how technology deals with cultural behavior and culture's consumption. For that, issues such as Industrial Modernity, physical devices as information support. Human actions mediated by machines and the new experience of time and space changed the human perception. Life experiences associated with new technology has generated new ways to do, think and understand the culture.

Topics such as nowadays' human anguish with world industrialization and the emergence of new technologies that changes human behavior are mentioned. The technological apparatus develops a new consciousness. In the eighties, the experience of virtual earns new proportions. We face the Digital, the Cyber, the Internet, the World Wide Web, which provided a change of paradigms that open space for new business models.

The use of technology by culture and the use of culture by technology become a binomial of today. The exchange between them is so common today that its importance become primary in the construction of contemporary identity. The highlight is the sociocultural implications of the daily face of a knowledge society, increasingly surrounded by new technologies and continuous innovation. The reflection permeates the increasingly role that technology has with the enjoyment of the cultural product.

**Keyword: New technologies, digital culture, cultural product, cyberculture, technology innovation, intellectual property, cultural production, P2P**

## SUMÁRIO

<b>1.INTRODUÇÃO</b>	<b>10</b>
<b>2.REVISÃO BIBLIOGRÁFICA</b>	<b>12</b>
2.1.CULTURA E A INDÚSTRIA CULTURAL	12
2.2.PRODUTO CULTURAL	15
2.3.TÉCNICA, TECNOLOGIA E INOVAÇÃO TECNOLÓGICA	17
2.4.CULTURA LIVRE, CULTURA DIGITAL, CIBERCULTURA	20
<b>3.CONTEXTO</b>	<b>25</b>
3.1.ACONTECIMENTOS EMBLEMÁTICOS DA ÚLTIMA DÉCADA: A ERA DA INFORMAÇÃO	25
3.2.A INFLUENCIA DAS NOVAS TECNOLOGIAS NA FRUIÇÃO DOS PRODUTOS CULTURAIS	31
3.3. O MEIO COMO SUPORTE	37
3.4. A IDEOLOGIA DA PROPRIEDADE INTELECTUAL: RETORNO A ANTIGOS EMBATES COM A TECNOLOGIA	39
<b>4.P2P</b>	<b>49</b>
4.1.O MITO DO SENSO COMUM	50
<b>5.O PRODUTO CULTURAL E A ECONOMIA PAUTADOS PELAS NOVAS TECNOLOGIAS DE INFORMAÇÃO</b>	<b>55</b>
<b>6.CULTURA LIVRE</b>	<b>61</b>
6.1. A PRODUÇÃO EM ALCANCE REAL E O PRODUTO CULTURAL EM ÂMBITO LIVRE	61
6.2.SOFTWARE LIVRE, CÓDIGO ABERTO	63
6.3.COLETIVO PIRATA	66
<b>7.CONCLUSÕES</b>	<b>68</b>
<b>8.BIBLIOGRAFIA</b>	<b>70</b>

## 1.INTRODUÇÃO

O desdobramento da relação da tecnologia com a modernidade é uma realidade, isso, em virtude de uma série de aparatos tecnológicos que se encontram no cotidiano das sociedades e que dão luz a uma nova cultura da contemporaneidade, a qual chamarei de cultura digital, ou, cibercultura.

Contudo é preciso avaliar mais profundamente o impacto cultural causado pelo uso das novas tecnologias. Os estudos relacionando cultura digital e políticas culturais no Brasil contemporâneo engloba um conjunto de fatores recentes. É importante refletir a conexão desses assuntos para compreender e lidar em tempo real com a dinâmica da sociedade.

Vive-se na era da informação, onde o conhecimento cresce mais rapidamente quanto mais for compartilhado, sendo necessário desnudar o instituto da propriedade sobre o que é comum. Batalhas entre a indústria do entretenimento e inovações tecnológicas fazem parte da nossa História, ao exemplo do fonógrafo ou, mais tarde da fita cassete, que sofreram ataques da Indústria. Não demorou muito pra que essas descobrissem essas tecnologias como grande oportunidade de negócios, incorporando-as a sociedade.

Há um paradoxo presente na necessária reestruturação do mercado do entretenimento: o meio que se apresenta como principal ambiente de negócios é caracterizado pela essência libertária da produção colaborativa e das trocas livres, ou seja, é fortemente anti-comercial para o modelo de negócio atual.

Não se pode mais negar ou restringir as informações e a renovação de conhecimentos e saberes. É preciso mostrar onde se encontram as fontes de poder arraigadas nas aparentes ideologias do entretenimento e nas luminosas e singelas vitrines do mercado e discutir verdadeira relação entre propriedade intelectual, cultura, tecnologia e sociedade.

A delimitação deste estudo seguiu alguns critérios, a primeira delimitação diz respeito ao fato de não ser foco da pesquisa o estudo aprofundado de temas como a democratização do

acesso às tecnologias da Informação (inclusão digital), ou ao domínio dessas ferramentas. Entendo a importância dessas questões para se concluir o tema e o levarei em conta no devido momento

O presente estudo está focado nas questões referentes à cultura, mudança e tecnologia. Este estudo não pretende fazer uma análise das questões relativas a inclusão das novas tecnologias e sua linguagem mas sim da forma como essa nova linguagem vem mudando vários aspectos culturais da sociedade, focando no aspecto dos produtos culturais, como e o que muda para aquele que usufrui desse suporte, a tecnologia.

## 2.REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

### 2.1.Cultura e Indústria Cultural

O desafio de pensar a definição de cultura, no Brasil, foi enfrentado por Alfredo Bosi, no ensaio "Cultura brasileira e Culturas brasileiras". Tomando como ponto de partida a necessidade de lidar com um conceito plural de cultura brasileira, o autor analisa os seus diferentes segmentos e apresenta um amplo panorama sobre o tema. Em entrevista para a revista da cultura e extensão autor comentou:

*“Uma definição da cultura hoje em dia se tornou particularmente difícil, porque a cultura pode ser estudada de vários pontos de vista e precisaríamos escolher uma perspectiva para poder defini-la.”<sup>1</sup>*

Em Dialética da Colonização, Alfredo Bosi define cultura como:

*“conjunto das práticas, das técnicas, dos símbolos e dos valores que se devem transmitir às novas gerações para garantir a reprodução de um estado de coexistência social”.<sup>2</sup>*

E supõe uma “consciência grupal operosa e operante que desentranha da vida presente os planos para o futuro”.

Quando menciono cultura, ao longo de todo o trabalho, me apóio nessa idéia de práticas, técnicas, valores e estado de coexistência social, grupal. Na maneira de agir da sociedade ao transformar realidades sociais e contribuir para o desenvolvimento humano em todos os seus

---

<sup>1</sup> BOSI, Alfredo em entrevista na primeira edição da Revista de Cultura e Extensão da Universidade de São Paulo.

<sup>2</sup> BOSI, Alfredo. "Cultura brasileira e culturas brasileiras" in Dialética da colonização. São Paulo: Companhia das Letras, 1992. pp.308-345..

aspectos. Algo que identifica o indivíduo em seu espaço, lugar, época, tornando-o capaz de sociabilizar e formar espírito crítico.

A fruição da cultura por meio de indústrias é um fenômeno recente na história humana, ela não subiu à cena senão nos últimos 50 anos. Foi preciso esperar que a expressão “indústrias culturais” se impusesse no fim dos anos setenta para que se começasse a questioná-las. Os analistas concordaram no sentido de incluir aquelas, cuja tecnologia permitia reproduzir em série bens como parte daquilo que se designa por cultura como produto cultural.

Essa configuração mais geral baseada em expressões culturais, interesses econômicos e instituições, denominada “Indústria Cultural”, movimenta, no Brasil perto de 1% do PIB, o que representa, com dados de 2008, algo perto de US\$ 13 bilhões.<sup>3</sup>

A expressão “indústrias culturais” aparece pela primeira vez no livro<sup>4</sup> de Theodor W. Adorno e Max Horkheimer, em 1947. Os dois eram sociólogos de um grupo conhecido como a Escola de Frankfurt. De uma maneira geral, a Escola de Frankfurt sublinha os lados negativos da modernidade industrial, que, como tal, lesa os assuntos profundamente, reduzindo a imitação, à inautenticidade e à standartização superficial. Os autores estigmatizaram a reprodução em série de bens culturais como um perigo à criação artística.

Analistas como Patrice Flichy<sup>5</sup>, Bernard Miège<sup>6</sup>, Gaétan Tremblay<sup>7</sup>, consideraram que as indústrias culturais apresentam o seguinte perfil:

- a) elas necessitam de grandes meios,
- b) utilizam técnicas de reprodução em série,

---

<sup>3</sup> ALKMIM, A.C. et al. *Cadeia produtiva da economia da música*. Rio de Janeiro: Incubadora Cultural Gênese;PUC-Rio, 2004

<sup>4</sup> ADORNO, Theodor W. e HORKHEIMER, Max. *Dialética do esclarecimento*. RJ: Zahar, 1985

<sup>5</sup> FLICHY, P. *Les Industries de l’imaginaire*, PUG, Grenoble, 1980

<sup>6</sup> MILÈGE, B. *L’Industrialisation de l’audiovisuel. Des programmes pour les nouveaux médias* Aubier, Paris, 1986

<sup>7</sup> TREMBLAYG. *Les industries de la culture et de la communication*, Québec, 1990

c) trabalham para o mercado, ou, por outras palavras, elas negociam com a cultura do consumismo,

d) fundam-se numa organização do trabalho de tipo capitalista, ou seja, transformam o criador em trabalhador e a cultura em produtos culturais.

Sendo as imagens, a música e as palavras bens considerados de uso recorrente no hábito de fruição, o cinema, a produção de suportes de músicas gravadas (discos, cassetes) e a edição de livros foram rapidamente considerados por todos como indústrias culturais, e os produtos absorvidos como produtos culturais.

*“Se esta definição das indústrias culturais encerra, habitualmente, um ramo de atividade das sociedades ditas “modernas e industriais”, o senso comum não tem o costume de nelas incluir as indústrias da moda, do mobiliário, do brinquedo, da alimentação, que , efetivamente, são bens culturais, segundo os próprios termos da definição.[...]”<sup>8</sup>*

Ao que parece este critério de conteúdo (discursivo, visual, musical) era insuficiente, tornando-se necessário completá-lo por um critério de suporte ( papel, disco, banda magnética, película, assim como os aparelhos que os acompanham, como o cabo, a televisão, os satélites e que são o objeto de uma produção industrial).

Abordarei o uso do meio como suporte mais a frente mas já aqui é necessário ter a percepção de como essa é uma característica desde a renascente indústria cultural.

Segundo Adorno, na Indústria Cultural, tudo se torna negócio. Enquanto negócios, seus fins comerciais são realizados por meio de sistemática e programada exploração de bens considerados culturais. O que antes era um mecanismo de lazer, ou seja, uma arte, agora se tornou um meio eficaz de manipulação. Portanto, podemos dizer que a Indústria Cultural traz

---

<sup>8</sup> WARNIER, Jean-Pierre. A mundialização da cultura. Bauru: EDUSC, 2000. p 18

consigo todos os elementos característicos do mundo industrial moderno e exerce um papel de portador da ideologia dominante. É importante salientar que, para Adorno, o homem, nessa Indústria Cultural, não passa de mero instrumento de trabalho e de consumo, ou seja, objeto. O homem é tão bem manipulado e ideologizado que até mesmo o seu lazer se torna uma extensão do trabalho.

*“Ultrapassando de longe o teatro de ilusões, o filme não deixa mais à fantasia e ao pensamento dos espectadores nenhuma dimensão na qual estes possam, sem perder o fio, passear e divagar no quadro da obra filmica permanecendo, no entanto, livres do controle de seus dados exatos, e é assim precisamente que o filme adentra o espectador entregue a ele para se identificar imediatamente com a realidade. Atualmente, a atrofia da imaginação e da espontaneidade do consumidor cultural não precisa ser reduzida a mecanismos psicológicos. Os próprios produtos (...) paralisam essas capacidade em virtude de sua própria constituição objetiva”<sup>9</sup>*

Portanto, indústrias culturais são atividades industriais que produzem e comercializam discursos, sons, imagens, artes, e que possuem em graus distintos as características mencionadas acima.

## **2.2. Produto cultural**

*“Tratados regionais de integração econômica e cultural definem os produtos culturais como aqueles que expressam idéias, valores, atitudes e criatividade artística e que oferecem entretenimento, informação ou análise sobre o*

---

<sup>9</sup> ADORNO, Theodor W. e HORKHEIMER, Max. Dialética do esclarecimento. RJ: Zahar, 1985

*presente, o passado (historiografia) ou o futuro (prospectiva, cálculo de probabilidade, intuição), quer tenham origem popular (artesanato), quer se tratem de produtos massivos (discos de música popular, jornais, histórias em quadrinhos), quer circulem por público mais limitado (livros de poesia, discos e CDs de música erudita, pinturas). Embora desta definição participem conceitos vagos, como “idéias” e “criatividade artística”, ela exprime um consenso sobre a natureza dos produtos culturais.”<sup>10</sup>*

Comento a definição de Teixeira Coelho, como tendo muitos elementos vagos, como a relação direta da cultura popular com o artesanato e as relação de análise sobre temporalidade, presente, passado e futuro. Falta, ao meu ver a idéia de valor. Mesmo as formas mais abstratas e distantes da “economia” podem dar lugar a exploração econômica. Um poema, por exemplo, pode ser transformado em canção, vendido em disco, em livro, e então passa a ser tratado como um produto cultural, fruto da indústria cultural.

O produto cultural é um conceito que nasce a partir do tratamento mercadológico que recebe. Porém, produtos de consumo, ao contrário de produtos culturais, em sua grande maioria, não geram efeitos sociais e políticos no consumidor. Além disso, o seu valor está associado somente a sua matéria, suporte físico, sendo resultado de um processo produtivo pra gerar renda.

Salve a publicidade que têm conseguido agregar valor a produtos de consumo através de códigos culturais presentes, por exemplo, através da estética démodé, que ressurgem como marcas de identidade de grupos e estilos de vida ou como o aparelho que toca vinil.

Já o produto cultural tem seu valor concentrado ao valor cultural, social e econômico e não ao valor físico. Se compararmos o valor do papel em relação a obra literária, o valor da película em relação ao filme, ou o valor do mármore em relação a escultura, percebe-se o valor agregado ao produto cultural. O produto comum se esgota com o tempo e com o seu consumo,

---

<sup>10</sup> COELHO, Teixeira. Dicionário crítico de política cultural. São Paulo, Iluminuras/Fapesp, 1998 p.318

tornando-se gasto. O produto cultural acumula valor social e não se esgota com o consumo individual, tem a capacidade de se reproduzir.

A manifestação cultural transformada em produto cultural tem um custo de produção e, portanto gera emprego e renda, e tem um mercado onde se confrontam as empresas que comercializam e onde se encontra um público. Os mercados para os diversos produtos culturais têm características muito distintas e podem ser oligopolizados e sofrer distorções decorrentes de práticas de concorrência desleal permitindo margens de lucro extremas.

Sem a compreensão do produto cultural como um fenômeno cultural e político complexo não é possível chegar a definição de uma política cultural que leve em consideração o extraordinário potencial de geração de emprego, de lucro e de divisas da produção e da distribuição cultural. A inclusão do produto cultural no circuito de prioridades das políticas públicas precisa ser reconhecida pois é de grande potencial para a estratégia política e para a economia. Além disso, os signos culturais de uma nação é de grande importância interna e externa para a manutenção de um status quo.

### **2.3. Técnica, tecnologia e inovação tecnológica**

Walter Benjamin refletira a técnica como matéria política da cultura moderna, outros autores mantiveram esta polêmica. Paul Virilio escreveu:

*"sem a liberdade de criticar a técnica, também não há qualquer 'progresso técnico', mas somente um condicionamento(...) e quando este condicionamento se torna cibernético, como é hoje o caso com as novas tecnologias, a ameaça é considerável"<sup>11</sup>*

---

<sup>11</sup> VIRILIO, Paul *Cybermonde ou la politique du pire*, Paris, Les éditions Textuel, 1996

Refletirei a técnica a fim de contribuir para a noção de como a tecnologia vem a influenciar o modo de vida social. Ao longo de todos os momentos históricos, o homem foi desenvolvendo técnicas que os auxiliaram a construir seus mecanismos de atuação sobre a realidade. A reflexão do trabalho passa então, inevitavelmente, pelas soluções tecnológicas .

Em outras palavras, as técnicas são também maneiras de produzir conhecimento. Na medida em que a informática processa e difunde a informação com uma gama de interfaces, projeta a idéia de que o real não possui mais precedentes, adquirindo, assim, um aspecto transcendental:

*“Os sistemas de processamento da informação efetuam a mediação prática de nossas interações com o universo. Tanto óculos como espetáculo, nova pele que rege nossas relações com o ambiente, a vasta rede de processamento e circulação da informação que brota e se ramifica a cada dia esboça pouco a pouco a figura de um real sem precedente. É essa a dimensão transcendental da informática”.*<sup>12</sup>

As culturas enquanto produtos culturais têm estado sempre em contato nas relações de mudança umas com as outras. Mas uma situação histórica completamente nova apareceu a partir do momento em que as sucessivas revoluções industriais dotaram os países ditos “desenvolvidos” de máquinas para fabricar produtos culturais e de meios de difusão com uma grande potência. Esses países podem, agora, verter por toda a parte do mundo, massivamente, os elementos da sua própria cultura ou a de outros. A indústria aparece como uma cultura entre as outras, mas cujo regime é novo.

---

<sup>12</sup> LEVY, Pierre. A inteligência coletiva. São Paulo: Edições Loyola, 1998; P.16

O desencanto perante o tecnológico que a modernidade mantinha (após as experiências terríveis das guerras) e descrito por Max Weber <sup>13</sup> parece, nos nossos dias, ter sido profundamente alterado e invertido. . À decepção impõe-se, hoje, o deslumbramento.

Ao iniciar o tema dessa monografia pensei em usar o termo impacto, o impacto das novas tecnologias, porém após me aprofundar em leituras percebi que o termos era inadequado. Isso porque, nesse caso, a tecnologia estaria sendo tratada como um projétil e, a sociedade e a cultura, como um alvo e, nesse caso, seriam entidades passivas percutidas por um agente exterior, a tecnologia.

Pierre Levy analisa a situação da seguinte forma:

*“Mesmo supondo que realmente existam três entidades – técnica, cultura e sociedade -, em vez de enfatizar o impacto das tecnologias, poderíamos igualmente pensar que as tecnologias são produtos de uma sociedade e de uma cultura(...)”<sup>14</sup>*

O autor Castells aponta o dilema do determinismo tecnológico como um aspecto que deve ser refutado, uma vez que:

*"É claro que a tecnologia não determina a sociedade. Nem a sociedade escreve o curso da transformação tecnológica, uma vez que muitos fatores, inclusive criatividade e iniciativa empreendedora, intervêm no processo de descoberta científica, inovação tecnológica e aplicações tecnológicas, de forma que o resultado final depende de um complexo padrão interativo. Na verdade, o dilema do determinismo tecnológico*

---

<sup>13</sup> O estudo da ética protestante, de acordo com Weber, explorava meramente uma fase da emancipação da magia, o desencanto do mundo, uma característica que Weber considerava como uma peculiaridade que distingue a cultura ocidental.

<sup>14</sup> LÉVY, Pierre. Cibercultura. São Paulo: Editora 34, 1999, p.22

*é, provavelmente, um problema infundado, dado que a tecnologia é a sociedade, e a sociedade não pode ser entendida ou representada sem suas ferramentas tecnológicas".<sup>15</sup>*

Ou seja, não há nenhum ator ou causa realmente independente e, a técnica, pode ser interpretada como um ângulo de análise dos sistemas sócio-técnicos globais. Uma técnica é produzida dentro de uma cultura, e uma sociedade encontra-se condicionada por suas técnicas, não determinada. Essa diferença é fundamental. Dizer que técnica condiciona significa dizer que abre possibilidades, que algumas opções culturais ou sociais não poderiam ser pensadas sem sua presença. Não se trata, portanto, de avaliar seus “impactos”, mas de situar as irreversibilidades às quais um de seus usos nos levaria.

Aquilo que se identifica como “novas tecnologias” recobre a atividade de grupos humanos, um devir coletivo e complexo que se cristaliza em volta de objetos materiais, programas de computador, dispositivos, porém, é o retorno de uma atividade social sob a máscara inumana da técnica.

## **2.4.Cultura digital, cibercultura**

A bibliografia sobre cultura digital trata mais sobre os assuntos tecnológicos dessa, talvez, porque o termo é recente e a maioria das bibliografias que perpassam sobre a cultura digital retratam o tema da inclusão digital, das novas tecnologias ou pertencem fundamentalmente aos cadernos de informática e somente vez ou outra aparecem nos suplementos de cultura.

Contudo é preciso avaliar mais profundamente o impacto cultural causado pelo uso das novas tecnologias, que viabilizam o que chamo de “cultura digital”. Os estudos relacionando cultura digital e políticas culturais no Brasil contemporâneo engloba um conjunto de fatores

---

<sup>15</sup> CASTELLS, Manuel. A Sociedade em Rede. São Paulo, Paz e Terra, 1999, P.25

recentes. É importante refletir a conexão desses assuntos para compreender e lidar em tempo real com a dinâmica da sociedade.

A cultura digital é a cultura da contemporaneidade. O ex ministro da cultura, Gilberto Gil parte da idéia de que a revolução das tecnologias digitais é, em essência, cultural:

*“O que está implicado aqui é que o uso de tecnologia digital muda os comportamentos. O uso pleno da Internet e do software livre cria fantásticas possibilidades de democratizar os acessos à informação e ao conhecimento, maximizar os potenciais dos bens e serviços culturais, amplificar os valores que formam o nosso repertório comum e, portanto, a nossa cultura, e potencializar também a produção cultural, criando inclusive novas formas de arte.”*<sup>16</sup>

Essa congregação forma uma nova cultura que Lévy denomina de cultura do ciberespaço, ou “cibercultura”:

*“O ciberespaço (que também chamarei de “rede”) é o novo meio de comunicação que surge da interconexão mundial dos computadores. O termo especifica não apenas a infra-estrutura material da comunicação digital, mas também o universo oceânico de informações que ela abriga, assim como os seres humanos que navegam e alimentam esse universo. Quanto ao neologismo “cibercultura”, especifica aqui o conjunto de técnicas (materiais e intelectuais), de práticas, de atitudes, de modos de pensamento e de valores que se desenvolvem*

---

<sup>16</sup> Essa citação do Ministro da Cultura foi retirada de um fórum de discussões eletrônico, na verdade um blog <http://diversidadedigital.blogspot.com/>, apoiado pelo Ministério da Cultura e que realizou em 2007 um debate aprofundado diversidade digital.

*juntamente com o crescimento do ciberespaço.”<sup>17</sup>*

A partir deste tópico é possível pensar sobre o contexto sócio-econômico que fomentou todo esse processo capaz de estabelecer novas dinâmicas. Afinal de contas, de que sociedade estamos tratando? Que sociedade é essa que estabelece um novo modo de ser e de agir em rede? Como isso está sendo possibilitado?

Essas questões são tratadas por Castells em seu minucioso estudo acerca das sociedades capitalistas, com enfoque à Europa, EUA, Ásia e América Latina, em que o autor observa a capacidade que essas localidades possuem de se integrar à lógica da sociedade em rede, ou não:

*“Ela originou-se e difundiu-se, não por acaso em um período histórico da reestruturação global do capitalismo, para o qual foi uma ferramenta básica. Portanto, a nova sociedade emergente deste processo de transformação é capitalista e também informacional, embora apresente variação histórica considerável nos diferentes países, conforme sua história, cultura, instituições e relação específica com o capitalismo global e a tecnologia informacional”<sup>18</sup>*

O digital é a meta-linguagem da cultura pós-industrial que avança no interior das redes informacionais e para fora delas, do ciberespaço para a atualização em novas sociabilidades. Por isso, a cultura digital é também a cibercultura.

A cibercultura então pode ser compreendida como:

---

<sup>17</sup> LÉVY, Pierre. Cibercultura. São Paulo: Editora 34, 1999, p.22, p.17

<sup>18</sup> CASTELLS, M. A Sociedade em Rede . A Era da Informação: Economia, Sociedade e Cultura. São Paulo: Paz e Terra, 2000, P.31

*"a forma sociocultural que emerge da relação simbiótica entre a sociedade, a cultura e as novas tecnologias de base micro-eletrônica que surgiram com a convergência das telecomunicações com a informática na década de 70."*<sup>19</sup>

Para Pierre Lévy :

*"a cibercultura expressa o surgimento de um novo universal, diferente das formas culturais que vieram antes dele no sentido de que ele se constrói sobre a indeterminação de um sentido global qualquer."*<sup>20</sup>

Ou seja, a cibercultura abriga pequenas totalidades, "mas sem nenhuma pretensão ao universal". Podemos dizer que seu fundamento é a própria diversidade. Uma diversidade em contínua construção.

Os autores são unânimes em afirmar que vivemos um novo período de transição, de mudança de um estágio de transformação para outro, de questionamentos e implementações de novos paradigmas dentro da estrutura social, política, cultural, econômica e educacional das comunidades globais. Este quadro é fruto de um processo intenso de interconexões de diversas atividades globais, e principalmente em virtude das novas tecnologias da informação e comunicação, que possibilitaram uma nova relação com as informações e os conhecimentos.

Autores como Pierre Levy, demonstram grande entusiasmo com as novas formas de comunicação em tempo real que os suportes digitais proporcionaram. Os chats, os fóruns, os correios eletrônicos, a facilidade pela qual pode se comunicar independente de fronteiras e grandes espaços, tudo em um curto espaço de tempo. Não se pode mais negar ou restringir as informações e a renovação de conhecimentos e saberes. Isso, obviamente, está relacionado a uma ressignificação humana diante da concepção e produção de conhecimento, não mais uma lei

---

<sup>19</sup> LEMOS, André. "Cibercultura: alguns pontos para compreender nossa época". Em: Lemos, André & Cunha, Paulo (org.). Olhares sobre a cibercultura. Porto Alegre: Sulina, 2003, p.12

<sup>20</sup> LÉVY, Pierre. Cibercultura. São Paulo: Editora 34, 1999, p.22, p.15

incontestável, mas uma teoria relativa eternamente questionável.

LEVY (1999) aborda que o que ele denomina dilúvio informacional, não irá acabar, é preciso aceitar essa nova realidade, e para isso, na visão do autor, deve-se ensinar a futura geração a nadar, flutuar e talvez navegar nesse imenso oceano que das informações. O importante é selecionar o que é relevante e pertinente e utilizar esses dados gerando novos conhecimentos)

LEMOS (2003) aborda que a cibercultura é a cultura da contemporaneidade, e que a mesma está marcada pelas tecnologias digitais, pois nasceu do desdobramento da relação da tecnologia com a modernidade. De acordo com o autor, nós já a vivenciamos, não sendo um futuro próximo mas uma realidade; isto em virtude de uma série de aparatos tecnológicos que se encontram no cotidiano das sociedades. Para o autor, o ponto central é um olhar na análise das potencialidades negativas e positivas proporcionadas pelas tecnologias. Como por exemplo, em relação as possibilidade de acesso a informação e interatividade que estas tecnologias estariam promovendo.

Apesar do pouco tempo de existência do tema como está sendo considerado no momento atual, já há um grande número de pesquisadores desenvolvendo análises e estudos relevantes na área de cibercultura que podem apontar para caminhos ainda inexplorados e demonstrar tendências no cenário da cibercultura.

*“A cibercultura é o movimento histórico, a conexão dialética entre o sujeito humano e suas expressões tecnológicas, através da qual transformamos o mundo e, assim, nosso próprio modo de ser interior e material em dada direção (cibernética)”<sup>21</sup>*

Para André Lemos, um dos pioneiros em pesquisa sobre o tema no Brasil, a cibercultura deve ser entendida como:

*“a forma sócio-cultural que emerge da relação simbiótica entre a sociedade, a cultura e as novas tecnologias de base micro-eletrônica que surgiram com as convergências das telecomunicações com a informática(...)”<sup>22</sup>*

Acredito que as duas definições propostas acima encapsulam as diversas esferas, origens e atuações da cibercultura. Sendo assim, servirão de embasamento ao recorte que proponho.

---

<sup>21</sup> RÜDIGER, Francisco. Elementos para a crítica da cibercultura. SP: Hacker Editores, 2002, p54

<sup>22</sup> LEMOS, André. "Cibercultura: alguns pontos para compreender nossa época". Em: Lemos, André & Cunha, Paulo (org.). Olhares sobre a cibercultura. Porto Alegre: Sulina, 2003, p.12

### 3.CONTEXTO

#### 3.1.Acontecimentos emblemáticos das últimas décadas: a era da informação

Os acontecimentos das últimas décadas servirão para dar um recorte temporal aos acontecimentos. Tomarei como acontecimentos emblemáticos o que tenha influência no modo de vida da sociedade, do como a pesquisa, e, principalmente o que dentro desse contexto seja de ordem cultural.

A cibercultura enquanto movimento é recente, podemos medi-la tomando-a como uma consequência da massificação dos computadores digitais <sup>23</sup>e sequencialmente pela sua ligação em rede acompanhada pela popularização da Internet<sup>24</sup> e também dos desenvolvimentos científicos e tecnológicos que se aproximaram do grande público na última década. Foi precisamente na primeira metade da década de noventa que o movimento terá atingido o seu apogeu.

As origens do movimento da cibercultura, porém, são mais antigas, como acontece com qualquer outro movimento de idéias. Remontam ao momento em que surge a inovação que iria definitivamente marcar suas características fundamentais: a concepção e implementação do computador digital. Remontam ainda a um movimento científico, a cibernética<sup>25</sup>, no seio do qual muitas das modernas características das chamadas tecnologias da informação começaram a ganhar forma.

É uma característica absolutamente distintiva da cibercultura a sua associação íntima com

---

<sup>23</sup> Assumiu-se que os computadores pessoais e laptops são ícones da Era da Informação e e isto é o que muitas pessoas consideram como "computador digital". Entretanto, atualmente as formas mais comuns de computador em uso são os sistemas embarcados, pequenos dispositivos usados para controlar outros dispositivos, como robôs, câmeras digitais ou brinquedos.

<sup>24</sup> A Internet é um conglomerado de redes em escala mundial de milhões de computadores interligados pelo que permite o acesso a informações e todo tipo de transferência de dados.

<sup>25</sup> Cibernética é uma tentativa de compreender a comunicação e o controle de máquinas, seres vivos e grupos sociais através de analogias com as máquinas cibernéticas.

essa tecnologia específica que é o computador digital, concebido e implementado nos finais da segunda grande guerra para atender a necessidades militares. Desde então a própria evolução do movimento cibercultura segue conforme as diversas funções que o computador foi adquirindo ao longo da sua evolução histórica.

Apesar de não entrar aqui em muitos detalhes técnicos, é bom refletir que o resultado da computação teórica – trata-se da distinção entre programação (software<sup>26</sup>) e implementação física dessa programação (hardware<sup>27</sup>) - envolve a idéia segundo a qual o nível do software pode ser implementado em inúmeros dispositivos físicos de arquiteturas bastante diferentes. A existência de um nível de informação que, visto poder implementar-se em inúmeros dispositivos físicos diferentes, é independente de qualquer um deles – é fundamental para que se compreenda certas teses do movimento da cibercultura.

As máquinas de tratamento de informação são, por um lado, a base do projeto da inteligência artificial, e, por outro, elas são colocadas ao serviço de um ideal comunicativo, um ideal comunicativo que, segundo N. Wiener<sup>28</sup> é progressista e bom. Assim começa o esboço uma ideologia que salienta a capacidade libertadora das novas tecnologias da informação. Pegando esses três aspectos – inteligência artificial, comunicação e caráter libertador das tecnologias – temos traços essenciais do movimento da cibercultura.

Um representante do movimento da cibercultura, Vilém Flusser escreve:

*“Aqui, o touro dos mundos alternativos pode ser pegado pelos cornos. Se tudo é elusivo, se tudo é aparição digital – não apenas a imagem sintética no ecrã do computador, mas também este teclado, estes dedos que teclam e os pensamentos que são exprimidos*

---

<sup>26</sup> O software é a parte lógica, o conjunto de instruções e dados processado a serem processados

<sup>27</sup> O hardware, material ou ferramental é a parte física do computador, ou seja, é o conjunto de componentes eletrônicos, circuitos integrados e placas

<sup>28</sup> WIENER, N., *Cybernetics or Control and Communications in the Animal and the machine*, Wesley, Reading, 1948

*pelos dedos que teclam -, então a própria palavra 'aparição' perde o sentido. Tudo o que resta é que tudo deve ser visto como uma distribuição mais ou menos densa de pontos, de bits.*<sup>29</sup>

Nesse trecho Flusser reúne os dois pontos de partida do movimento da cibercultura. Os objetos físicos e os pensamentos, tudo isso não é mais do que pura informação.

Mas para além da ambivalência homem/informação, informação/homem - que as novas tecnologias implicariam, existe um outro ponto, fundamental, constantemente sublinhado por Kevin Kelly<sup>30</sup>: as tecnologias 'sem controle' exterior, seriam verdadeiramente as tecnologias da "idade da informação", ou "era da informação". Era da Informação é o nome dado ao período que vem após a Era Industrial, mais especificamente após a década de 1980, embora suas bases tenham começado no princípio do século XX e, particularmente, na década de 1970, com invenções tais como o microprocessador, a rede de computadores, a fibra óptica e o computador pessoal.

As tecnologias da idade da informação se contraporiam as tecnologias 'mecânicas', as quais são dirigidas, modulares, com princípios hierárquicos de design, rígidas. Ao invés disso, as novas tecnologias seriam verdadeiramente 'boas' no sentido em que seriam tecnologias de otimização, visto que elas são adaptáveis, evolutivas, robustas, expansíveis e criam a novidade. Sobretudo, elas apontariam para uma outra tecnologia que possuiria igualmente essas características, tecnologia essa que não apenas é a principal fonte inspiradora do movimento da cibercultura, mas permite pensar a passagem do acentrismo tecnológico para o acentrismo social. Essa tecnologia é naturalmente a Internet.

O surgimento do computador digital e o desenvolvimento progressivo das tecnologias da informação conduziram a uma metafísica segundo a qual 'tudo é digital'. Mas será efetivamente possível ver a totalidade das relações humanas, as intersubjetividades, numa perspectiva digital?

---

<sup>29</sup> Vilém Flusser, 'Digital Apparition', in T. Druckrey (ed.), op. cit., pp. 243-4

<sup>30</sup> K. Kelly, *Out of Control*, Wesley, Reading, 1995.

É aqui que encontramos um segundo grande tipo de tecnologia que inspirou o movimento da cibercultura.

O primeiro tipo, como vimos, é representado pelo computador enquanto processador de informação, criador de mundos virtuais e capaz de simular e reproduzir a inteligência, isto é, capaz de realizar a inteligência artificial.

O segundo tipo respeita a uma extensão do conceito e função dos computadores, e também ele encontra as suas origens no movimento cibernético. Como acima se referiu, existia em N. Wiener um ideal comunicativo - segundo o qual comunicar é 'bom'- baseado nas então nascentes tecnologias da informação. Essas tecnologias deverão contribuir para a abertura de novas vias de comunicação e assim contribuir para um aumento da interação humana.

Foi um discípulo de N. Wiener, Joseph Licklider que, explicitamente guiado pelo ideal que vê uma promessa emancipadora nas tecnologias, elaborou de forma sistemática a idéia de computadores ligados em rede e colocados ao serviço de um ideal comunicativo. Ele avançou esse projeto no início dos anos sessenta, e deve sublinhar-se que as suas idéias nada tinham então de trivial, pois falar de 'computadores ligados em rede' não implica falar de computadores como um médium de comunicação.

Licklider antevia o desenvolvimento das redes de computadores:

*“Acreditamos que os comunicadores podem fazer algo não trivial com a informação que eles enviam e recebem. Acreditamos que estamos entrando numa era tecnológica na qual seremos capazes de interagir com a riqueza da informação viva - não apenas na forma passiva com que nos habituamos a usar livros e bibliotecas, mas enquanto participantes ativos num processo evolutivo e aberto, acrescentado-lhe algo ao com ele interagirmos, e não apenas*

*dele recebendo qualquer coisa quando nos conectamos* <sup>31</sup>

Como consequência dessa evolução, o movimento da cibercultura agrupou-se, a partir de meados dos anos oitenta, em torno de um ideal comunicativo, recuperando, sem consciência disso, idéias já entrevistadas por Wiener e Licklider.

A influência que a Internet teve no desenvolvimento do movimento da cibercultura é bem conhecida. Mas devemos aqui ser mais precisos e referir alguns aspectos respeitantes à arquitetura e desenvolvimento histórico das redes de computadores que se tornaram decisivos para a configuração das idéias sócio-políticas que a cibercultura veio a assumir nos anos 90.

Se passarmos rapidamente em revista os principais marcos da evolução da Internet é sempre a mesma imprevisibilidade que salta aos olhos. Assim, aquilo que se destinava apenas a permitir a computação distribuída realizada por diversas máquinas deu como resultado imprevisível o surgimento nos anos 60 do correio eletrônico.

Apenas mais tarde a rede começou a evoluir em direção a uma função comunicativa, com o aparecimento das BBS's<sup>32</sup> (Bulletin Board Services). Surgiram então espontaneamente novas comunidades de comunicação, comunidades que 'parasitavam' as linhas telefônicas existentes, que não estavam sujeitas a qualquer regulamentação exterior e que rapidamente evoluíram para mecanismos de auto-regulação. Esses mecanismos seriam também fundamentais nas diversas sub-redes surgidas por volta de 1980, em particular newsgroups como a Usenet.<sup>33</sup>

Finalmente, dá-se o acontecimento capital para a atual Internet que foi a criação, por

---

<sup>31</sup> . LICKIDER e TAYLOR, R, 'The Computador as a Communication Device', Science and Technology, Abril, 1968, p. 35.

<sup>32</sup> Um BBS, do inglês de bulletin board system, é um sistema informático, um software, que permite a ligação (conexão) via telefone a um sistema através do seu computador e interagir com ele, tal como hoje se faz com a internet.

<sup>33</sup> Usenet (do inglês Unix User Network) é um meio de comunicação onde usuários postam mensagens de texto em fóruns que são agrupados por assunto (chamados de newsgroups ou grupos de notícias).

volta de 1990, da World Wide Web<sup>34</sup>, representando a concretização de novas possibilidades comunicativas dificilmente antecipáveis nos anos setenta e oitenta. E se a Internet se tem revelado um fenómeno de crescimento espontâneo e imprevisível podemos presumir que esse desenvolvimento se encontra longe do seu fim, e que a própria WWW não é senão mais um passo intermédio no desenvolvimento da rede. Pelo menos até recentemente, a Internet evoluiu no sentido de uma função comunicativa, no sentido de se tornar um médium de comunicação.

A comunicação no espaço cibernético assume uma forma “pura” de comunicação, forma ‘pura’ associada à desencarnação que vem a ser, segundo a cibercultura, a característica da informação digital. É não apenas a criação de realidades virtuais, mas também a comunicação, mediada por computador, entre indivíduos que não se encontram face a face. É a comunicação que converge para a desencarnação digital anunciada pela cibercultura.

Segundo o movimento cibercultural, a Internet não faria apenas emergir o espaço não territorial das interações não físicas, tendendo a tornar opacas as diferenças reais entre os indivíduos. Além dessa eliminação de constrangimentos existentes entre os indivíduos, uma outra série de constrangimentos, esses ligados aos media tradicionais, desapareceriam com a ubiquidade da comunicação mediada por computador. Os traços dominantes da ideologia da cibercultura tornam-se então nítidos.

Hans Enzenberger enuncia-os assim:

*‘o novo media é igualitário na sua estrutura. Qualquer pessoa pode nele tomar parte através de um simples toque através de um botão’*<sup>35</sup>

Trata-se de uma observação correta sobretudo se ela tiver subjacente o carácter aberto dos standards e do acesso à Internet. Mas Enzenberger parece estar anunciar uma ideologia visto

---

<sup>34</sup> A World Wide Web (que em português significa, "Rede de alcance mundial"; também conhecida como Web e WWW) é um sistema de documentos em hipermídia que são interligados e executados na Internet.

<sup>35</sup> ENZENBERGER, Hans, ‘Constituents of a Theory of the Media’, in T. Druckrey (ed.), *op. cit.*, p. 68.

acrescentar que

*‘o novo media está orientado para a ação, não para contemplação; orientado para o presente, não para o passado’, um media ‘que permite a cada um ser um produtor e não um consumidor passivo’*

Os novos media distinguir-se-iam radicalmente dos media tradicionais visto serem intrinsecamente emancipadores. Eis o sumário que Enzenbergen faz da situação:

<b>Media tradicionais</b>	<b>Novos Media</b>
Uso repressivo dos media	Uso emancipador dos media
Programas centralmente controlados	Programas descentralizados
Um transmite, os outros recebem	Cada receptor é um emissor potencial
Imobilização dos indivíduos isolados	<b>Mobilização das massas</b>
Comportamento passivo do consumidor	Interacções dos envolvidos, feedback
Despolitização	Um processo de aprendizagem política
Produção por especialistas	Produção colectiva
Controlo pelos proprietários ou por burocratas	Controlo social através da auto-organização

Aplicadas aos media, a maioria destas oposições reflete com fidelidade muitos dos temas força do movimento contracultural da cibercultura. Chamarei de Era da Informação, o novo momento histórico no qual as relações se estabelecem através da informação e da sua capacidade de processamento e geração de conhecimento.

### **3.2 A INFLUENCIA DAS NOVAS TECNOLOGIAS NA FRUIÇÃO DOS PRODUTOS CULTURAIS**

É pegando um gancho no tema abordado acima que introduzirei a influência das novas tecnologias na fruição do produto cultural.

---

Na interseção do pensamento dos autores até agora mencionados, está o fato de não ser possível negar a existência e o entranhamento das tecnologias na vida humana e na sociedade. Pierre Levy analisa que ela está presente em praticamente todos os campos das atividades humanas, compondo o que denomina de tecnologia intelectual.

*“assim como a escrita, a informática deve ser analisada como tecnologia intelectual, uma vez que os microprocessadores e microcomputadores não são apenas objetos de experiência, “enquanto tecnologia intelectual, contribuem para determinar o modo de percepção e intelecção pelo qual conhecemos os objetos. Fornecem modelos teóricos para as nossas tentativas de conceber, racionalmente, a realidade. Enquanto interfaces, por seu intermédio é que agimos, por eles é que recebemos de retorno a informação sobre os resultados de nossas ações”.*<sup>36</sup>

E continua:

*“A mediação digital remodela certas atividades cognitivas fundamentais que envolvem a linguagem, a sensibilidade, o conhecimento e a imaginação inventiva. A escrita, a leitura, a escuta, o jogo e a composição musical, a visão e a elaboração das imagens, a concepção, a perícia, o ensino e o aprendizado, reestruturados por dispositivos técnicos inéditos, estão ingressando em novas configurações sociais.”*

A forma de lidar com a linguagem e a forma de perceber e conceber se reconfiguram. As novas condições tecnológicas elevam a reconfiguração no modo de perceber a informação e usá-la como artifício de processamento e transmissão.

---

<sup>36</sup> LÉVY, Pierre. As tecnologias intelectuais. Disponível em: <http://www.faced.ufba.br/~edc287/t01/textos/02levy.htm>.

As maneiras de lidar com o produto cultural são diferenciadas. A Apropriação da tecnologia na cultura cotidiana das pessoas tem acontecido de forma natural, sem que haja uma rendição. A maneira como consumimos música mudou radicalmente, não necessitamos de lugar, espaço ou hora, houve-se música no ônibus, caminhando e até no metrô. E cada um ouve a sua própria música. A forma de consumir o produto cultural musical é diferente de alguns poucos anos atrás. A produção de filmes caseiros, através de celulares, ou mesmo de câmeras mini Dv são parte da realidade que facilita e tira os custos de uma produção.

Se pensarmos em cultura no raio de entendimento de costumes e práticas, por exemplo, iremos perceber como a tecnologia está naturalmente entrelaçada. O seriado 24h não poderia existir sem o aparato da comunicação via celular, GPS, satélites e outros aparatos tecnológicos. E, no mesmo fio de meada, o romance Dom Casmurro seria encerrado em seu enlace misterioso acerca de traição ou não com um mero exame de DNA – inclusive recebendo dicas de como fazer isso num blog ou conversando com alguém em chats.

A intensificação da interatividade demonstra que as formas de apreciação das artes e o entretenimento passivo estão sendo substituídos pelo ativismo lúdico nos games, nos filmes-processos, na montagem distribuída e colaborativa de obras de tecnoarte. Surgem novas possibilidades e conflitos do audiovisual, da produção musical, da literatura distribuída, dos softwares abertos e livres, das simulações em um ambiente crescentemente permeado pela cultura da convergência e pela mobilidade crescente.

Produtos culturais como músicas, filmes, livros ganham uma lógica de mercado alternativa com as redes digitais que transformam antigas práticas de lidar com produtos culturais. A nova forma de se consumir o produto cultural permite produção, edição, colocar em circulação, tudo com mais praticidade e facilidade.

A Internet estimula ações, e essas permitem profundas mudanças sociais e o surgimento de novos modos de fruição do produto cultural através de apropriações midiáticas feitas por jovens ansiosos por produzirem filmes, músicas, games, blogs, fotologs etc

A cultura que provêm do uso de novas tecnologias se diferencia daquela anterior, produto direto do que foi considerado por alguns puristas de tradição frankfurtiana como o lixo da cultura de massa - criticada especialmente a partir de produtos como histórias em quadrinhos, rock'n'roll e cinema hollywoodiano - a partir da possibilidade do próprio público dominar os meios para a produção de obras que passam a dialogar diretamente com a cultura contemporânea.

Este fato faz com que a produção de bens simbólicos como filmes, música, textos, animações, artes visuais, games e poéticas dentro da era digital ganhem expressões singulares e apresentem variados potenciais de entretenimento, de informação, de negócios, de ações políticas, de linguagens midiáticas etc.

Toda esta cultura - que escapa dos padrões massivos sob muitos aspectos, inclusive no que diz respeito ao rigor de um padrão estético de qualidade pode ser tomada como uma fonte inesgotável de inspiração para projetos inovadores dentro do ciberespaço, bem como um novo terreno etnográfico a ser explorado em busca de uma melhor compreensão da cultura contemporânea.

É a partir do Ciberespaço, que redefine a noção de sujeito, que se tem também, a possibilidade de transmissão e acesso a imagens, sons e textos em tempo quase real a qualquer parte do mundo e de modo simultâneo. O Ciberespaço potencializa a exploração da sensibilidade, da percepção, do pensamento e da imaginação.

Neste sentido, Leão (2004) refere-se ao Ciberespaço como um gigantesco e quase-infinito labirinto de interações da era contemporânea, um território em constante ebulição, camaleônico, elástico, ubíquo e irreversível. Para Leão, o Ciberespaço se constitui a partir de três instâncias: as redes de computadores interligadas (documentos, dados, programas); as pessoas, grupos, instituições, etc, que participam dessa interconexão; e o espaço (virtual, informacional, social, cultural e comunitário) que emerge das interrelações homem-documento-máquina.

Foi essa difusão do consumismo, real ou virtual, na era da globalização e do avanço tecnológico, que alimentou e levou a uma mudança no sujeito:

*“O sujeito passou a construir identidades abertas, contraditórias, inacabadas, fragmentadas, ou seja: os avanços tecnológicos impuseram novo ritmo e novo tempo para o sujeito, como também nova maneira de ver o mundo: a identidade do sujeito tornou-se mais complexa, provisória e híbrida. Por meio da Internet e dos novos gêneros, o sujeito inseriu-se em várias sociedades, comunidades, em diversas culturas, disseminando idéias, projetos e sonhos em cooperação”<sup>37</sup>*

O sujeito conheceu o que HALL, 2004 apresenta como “mercado cultural” onde se está exposto ao consumo, das barganhas, da mídia. A internet tornou-se aliada do sujeito, por apresentar interfaces interativas e por permitir, pela agilidade e infinitas informações até em tempo real, a realização de várias tarefas concomitantes, a utilização de novas linguagens, um novo modo de pensar e agir, de ler e escrever, colocando-o num verdadeiro “labirinto eletrônico” e conduzindo-o ao “afogamento” no oceano de informações<sup>38</sup>(ARAÚJO, 2005). A escrita tornou-se coletiva, intertextual, interativa, isto é, em forma de hipertexto, que mudou o conceito de autor/escritor/leitor, inovou e modificou a linguagem e as formas de conceber a produção textual.

*A disseminação da informática trouxe novos conceitos de ensinar e aprender, tornando necessária a inserção das novas tecnologias na escola e, pois, mudança de paradigmas. As novas tecnologias interferiram na questão da temporalidade, na força do tempo e do espaço, bem como na cultura, que se tornou plural pela hibridização. Nesse sentido, o sujeito*

---

<sup>37</sup> HALL, Stuart. A identidade cultural na pós-modernidade Trad. de Tomaz Tadeu da Silva, Guacira Lopes Louro. Rio de Janeiro: DP&A, 2004. p 7-97

<sup>38</sup> ARAÚJO. J.C. Internet & ensino: novos gêneros, outros desafios. (Org.) Rio de Janeiro: Lucerna, 2007

*tornou-se deslocado e atravessado pelo poder das máquinas, pois fala e pensa do entre-lugar*<sup>39</sup>

Na era digital, as informações tornaram-se ilimitáveis. Com a Internet, por meio dos novos gêneros textuais digitais, a interação e a comunicação em massa passaram a ser em tempo real, independentes de tempo e espaço, rompendo fronteiras, desterritorializando<sup>40</sup> (ORTIZ, 2003) o indivíduo. Tudo se tornou incerto. Rapidamente tudo se tornou obsoleto em curto espaço de tempo, e o sujeito passou a ser atravessado, a cada segundo, por novas informações. O sujeito passou a construir identidades abertas, contraditórias, inacabadas, fragmentadas (HALL, 2004), ou seja: os avanços tecnológicos impuseram novo ritmo e novo tempo para o sujeito, como também nova maneira de ver o mundo: a identidade do sujeito tornou-se mais complexa, provisória e híbrida. Por meio da Internet e dos novos gêneros, o sujeito inseriu-se em várias sociedades, comunidades, em diversas culturas, disseminando idéias, projetos e sonhos em cooperação.

*“As relações entre o homem, o trabalho, a própria inteligência dependem, na verdade, da metamorfose incessante de dispositivos informacionais de todos os tipos. Escrita, leitura, visão, audição, criação, aprendizagem são capturados por uma informática cada vez mais avançada.”*<sup>41</sup>

Não resta nenhuma dúvida de que as novas tecnologias romperam fronteiras, facilitaram a comunicação e interação entre os indivíduos, e isso leva a uma relação mais próxima entre sujeito, objetos desenvolvendo-se um processo de trabalho social. Levy refere-se à Internet como espaço cibernético, como espaço de um novo tipo de interação que se poderia chamar de “Todos e Todos”, que é a emergência de uma inteligência coletiva e de uma “dessacralização do autor”: antes, este era o portador de todos os créditos científicos ou literários (XAVIER, 2004) e nada podia ser modificado; agora, os direitos autorais estão em jogo, exigindo reflexão e

---

<sup>39</sup> BHABHA, H.i. O local da cultura. Trad. De Myriam Ávila et. Al. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 1998.

<sup>41</sup> LÉVY, Pierre. A Inteligência Coletiva Edições Loyola, 1993

responsabilidade no trabalho escolar. Ademais, como cita ORTIZ 2003, a Internet, por meio dos diferentes meios de comunicação em tempo real, desterritorializa o sujeito e sua cultura, deixando o mundo menor, o tempo mais curto, e os acontecimentos têm um impacto imediato sobre pessoas diferentes e em lugares situados a uma grande distância.<sup>42</sup>

A Internet revolucionou o mundo, em especial o das comunicações, como nenhuma outra invenção até agora. Essa inovação teve como antecessores o telégrafo, o telefone, o rádio e o computador, que colaboraram para esse acontecimento: nesse ambiente, os usuários podem inserir, em suas produções textuais, fotos, imagens, sons. É um ambiente em que milhares de pessoas podem ler, ouvir e falar ao mesmo tempo com diferentes pessoas e em diferentes espaços, e é essa característica que permite uma mudança quanto a maneira de consumir e usufruir o produto cultural.

Nesse contexto, precisa-se de um mediador, de um orientador, a figura do produtor cultural que é essencial para guiar o uso responsável dos novos meios para evitar que milhões de usuários se afundem nos conteúdos que existem no ambiente virtual, por ser um ambiente aberto, no qual tudo está à disposição.

### **3.3 O meio como suporte**

Como citei no capítulo sobre a Indústria Cultural, o critério para definir o que fazia parte de um produto dessa indústria, pegando por seus conteúdos (discursivo, visual, musical), era insuficiente para caracterizá-los, tornando necessário completá-lo por um critério de suporte ( papel, disco, uma cópia do produto artístico, cultural ou científico. Em suma: Aquela banda magnética, película, assim como os aparelhos que os acompanham, como o cabo, a televisão, os satélites e que são o objeto de uma produção industrial), sendo essa uma característica tanto da Indústria Cultural, como, até recentemente, da maioria dos produtos culturais.

---

<sup>42</sup> ORTIZ, Renato. *Mundialização e cultura*. São Paulo: Brasiliense, 2003

O suporte físico é o objeto, a mídia ( fita, o disco, o CD<sup>43</sup>, etc.) legível por algum tipo de dispositivo decodificador (os chamados ‘tocadores’ ou ‘players’) onde estão os conteúdos ( música, filme), que costumava-se comprar em lojas especializadas. Ou seja, os conteúdos costumavam estar associados a seus suportes.

Como vamos ver adiante, a mudança do suporte físico, analógico para o virtual, em rede, digital, desestrutura uma indústria secular, que havia começado com o gramofone e o vinil. As possibilidades que surgiram com as fibras ópticas, o cabo, os satélites, a gravação digital, a informática, etc, em suma, as “novas tecnologias da comunicação”, provocaram uma mudança acelerada dos suportes.

O que aconteceu, foi, que, com a chegada do formato de música em MP3<sup>44</sup>, arquivos que podem ser guardados no HD<sup>45</sup> de um computador pessoal, assim como filmes em seus formatos específicos, a música, principalmente, se tornou um bem intangível. E, com isso, um disco metálico em embalagem de plástico já não é um produto, digamos assim, tão atraente para o consumidor. Ela perdeu a necessidade de um suporte, pois o CD era o “armazenador” de música oficial, e os walkmans e CD player eram o “reprodutor” de áudio. Na medida que os “reprodutores” e os “armazenadores” se tornaram o mesmo, um computador digital ou um MP3 player, o suporte físico, tal qual conhecemos, deixou de ser necessário.

De certa maneira, tanto a música quanto o vídeo sempre vão precisar de algum hardware para ser reproduzido, ainda que possam ser transportada por vias eletrônicas, portanto de certa maneira o suporte físico continua existindo na medida que necessitamos de um local para armazenar a musica, o que se traduz no HD do computador que tem um player virtual ou o MP3 Player - portanto o CD ainda será um ótimo armazenador de música, o que muda é o modelo de negócio que se estabelece, ou seja, o depender da fabricação de CDs e da distribuição desses para

---

<sup>43</sup> CD é A abreviação de Compact Disc, "disco compacto" em inglês, foi um dos meios mais populares de armazenamento de dados digitais, principalmente de música comercializada

<sup>44</sup> MP3 é uma abreviação de MPEG 1 Layer-3 (camada 3). Trata-se de um padrão de arquivos digitais de áudio comprimido com perdas quase imperceptíveis ao ouvido humano.

<sup>45</sup> HD, derivação de HDD do inglês hard disk drive, é o disco rígido, parte do computador onde são armazenados os dados.

uma loja para que o conteúdo chegue ao consumidor . O mercado dos conteúdos não precisa mais de um suporte físico para acontecer.

A indústria comercializava o objeto do direito do autor, ou seja, o suporte físico e costumava atribuir grande valor a esse suporte, repassando os custos para o consumidor. Um CD de música recém chegado as lojas poderiam custar em torno de 35 reais. Porém, os suportes físicos são de produção fácil e barata levando se comparando os custos de produção do conteúdo, que são o objeto de uma produção constantemente renovada, cara, difícil e sujeita aos acasos, e , em média, pouco lucrativa, exceto para alguns raros e prósperos artistas.

Os descontos praticados a torto e a direito pelos armazéns e hipermercados contribuíram para desvalorizar drasticamente o CD que passou a ser encarado como uma mera rodela de plástico por grande parte dos consumidores.

No meio da guerra entre a indústria fonográfica, que cobra preços exorbitantes pelo CD e os consumidores, que compram discos piratas e baixam músicas ilegalmente pela internet, os músicos ficam entrincheirados. Agora, precisam reinventar um jeito de tornar o CD um meio de divulgação ainda mais eficiente e apostar na sobrevivência por meio dos shows. Fato que sempre foi uma realidade para a maioria deles, uma vez que apenas os artistas que vendiam mais de 500 mil cópias é que ganhavam dinheiro para valer com disco, no geral, as gravadoras ficam com a maior parte dos lucros gerados pela comercialização do suporte das obras artísticas.

### **3.4 A ideologia da propriedade intelectual: retorno a antigos embates com a tecnologia**

O fonógrafo foi o primeiro sistema de gravação e reprodução sonora. Inventado em 1877 por Thomas Edison, o dispositivo era totalmente mecânico e permitia registrar sons e ouvi-los posteriormente. Continha os princípios básicos da gravação e reprodução mecânica do som, o que teve um grande impacto na sociedade. Afinal, até essa altura, a experiência da música esteve sempre associada a um corpo que a produzia e portanto, diretamente ligada a uma performance musical que ocorria num determinado lugar e a uma dada hora, uma limitação que o fonógrafo

veio suprimir.

Thomas Edison foi encarado como uma “pirata”<sup>46</sup> pois os compositores e distribuidores não ficaram nada felizes com essa capacidade de reprodução. Achavam que aquela invenção os tiraria do negócio. Em seguida, Edison inventou o cinetógrafo, aparelho antecessor da máquina de filmar, que destinava-se a registrar as imagens animadas. O inventor, então, exigiu o pagamento de uma licença a todos aqueles que utilizassem a sua tecnologia para realizar filmes.

“William Fox” foi um dos que se beneficiou do invento, o cinetógrafo. Fugiu de Nova York para uma terra considerada distante, no oeste dos Estados Unidos, longe do lugar onde deveria pagar royalties<sup>47</sup> pelo uso do invento e começou a fazer filmes até que as patentes de Edison expiraram. Assim nasceu “Hollywood”, e William Fox é hoje conhecido como o criador dos estúdios FOX. O dono de um dos principais estúdios que atualmente lutam a favor do pagamento de royalties, ou, a favor do Copyright<sup>48</sup>.

Esse trecho é fundamental para entender o cenário de direitos autorais e compartilhamento na era digital e desmistificar alguns estereótipos e mitos relacionados a pirataria.

No início dos anos 60, quando as antigas fitas cassete virgens apareceram, a indústria musical resistiu e a enfrentou, alegando que a possibilidade de cópia significaria grande evasão de receita das vendas de LPs<sup>49</sup> convencionais. Não é de hoje que a indústria fonográfica culpa a tecnologia por queda nas vendas. O caso das fitas cassete é um bom exemplo. Contudo, a nova tecnologia criou um novo nicho de vendas: as próprias fitas cassete pré-gravadas, que venderam milhões de cópias em todo o mundo e alimentaram inclusive o surgimento de uma indústria

---

<sup>46</sup> Termo que faz alusão ao que hoje se considera crime de Violação de Direito Autoral, previsto no Código Penal, no art. 184, e, na Lei n. 9.610/98, também, conhecida como “Crime de Pirataria”, que combate o contrabando, a fabricação e a distribuição ilegal de produtos ou marcas.

<sup>47</sup> Royalty é uma palavra de origem inglesa que se refere a uma importância cobrada pelo proprietário de uma patente de produto, processo de produção, marca, entre outros, ou pelo autor de uma obra, para permitir seu uso ou comercialização.

<sup>48</sup> Copyright é a Lei de Direitos Autorais aprovada em 19 de Fevereiro de 1998 que altera, atualiza e consolida a legislação sobre direitos autorais e dá outras providências.

<sup>49</sup> Long Play, abreviatura LP, é uma mídia desenvolvida no início da década de 1950 para a reprodução musical, que usava um material plástico chamado vinil.

paralela, dos toca-fitas de automóveis, barcos e Walkmans.

Na época, um estudo e posterior relatório da Cap Gemini da Ernst & Young descreve o esforço da indústria musical de estigmatizar a florescente tecnologia de gravação em fitas cassete na década de 70, inclusive através de uma campanha publicitária exibindo uma caveira no formato de uma fita cassete com o título “Gravar fitas cassete é matar a música”. Na época em que as fitas de áudio digital tornaram-se uma ameaça, o Escritório de Avaliação Técnica conduziu uma pesquisa do comportamento do consumidor. Em 1988, 40% dos consumidores maiores de 10 anos já tinham gravado música em fitas cassete.

*“ao invés de explorarem essa nova e popular tecnologia, os selos [musicais] preferem lutar contra ela (. . .) No fim das contas” a ‘crise’ (. . .) não era gerada pelas pessoas que gravam fitas cassete — que não pararam [de gravá-las após o surgimento da MTV] — mas sim em grande parte da estagnação da inovação na música por parte dos grandes selos”.*<sup>50</sup>

Os selos reclamavam que cada álbum gravado em fita era um álbum que deixava de ser vendido, e quando as vendas caíram em 111,4% em 1981, a indústria reclamava que seu ponto de vista estava provado. A tecnologia era o problema, e banir ou regulamentar a tecnologia era a solução. E desde então, e antes mesmo que o Congresso precisasse criar alguma regulamentação, a MTV surgiu, e a indústria teve uma recuperação fantástica.

Da mesma forma ocorreu com o extinto videocassete, ou gravador de fitas de vídeo que a Sony havia produzido. A indústria do cinema e seus grandes nomes, Disney, Universal e Hollywood, entraram com processos tentando impedir o novo formato.

---

<sup>50</sup> Cap Gemini Ernst & Young, Technology Evolution and the Music Industry’s Business Model Crisis (2003), U.S. Congress, Office of Technology Assessment, Copyright and Home Copying: Technology Challenges the Law, OTA-CIT-422 (Washington, D.C.: U.S. Government Printing Office, October 1989), 145-56

Jack Valenti, presidente da MPAA, Motion Picture Association of America chamou a tecnologia de ” estrangulador da indústria americana de filmes” e tornou-se o mais ativo porta-voz dos estúdios. Eles alertou:

*“Quando houverem 20, 30, 40 milhões desses videocassetes no país, nós seremos invadidos por milhões de ‘devoradores de fitas’ que devorarão a própria essência da mais importante fonte de renda do detentor do copyright, seu copyright (. . . ) Ninguém precisa ser treinado em marketing ou possuir julgamento criativo para entender a devastação do mercado causado pelas centenas de milhões de gravações que irão causar um impacto adverso no futuro da comunidade criativa de nosso país. É simplesmente uma questão de economia e bom senso”<sup>51</sup>*

Da mesma forma, a indústria do entretenimento batalhou contra a fita cassete<sup>52</sup> e com a introdução do VCR<sup>53</sup>. Uma vez que o Supremo Tribunal decidiu proteger tecnologias como o VCR, não demorou muito pra que a indústria descobrisse o potencial da venda de vídeos (e agora DVD<sup>54</sup>s) como uma grande oportunidade de negócios.

*“Empresas de música lutaram contra a introdução do rádio na década de 1920, temendo que o novo meio prejudicasse o mercado de discos. Desde essa altura, as inúmeras tentativas de suborno de rádio, na esperança de influenciar a programação*

---

<sup>51</sup> Copyright Infringements (Audio and Video Recorders), 1982, testemunho de Jack Valenti, presidente da Motion Picture Association of America, Inc)

<sup>52</sup> A fita cassete ou compact cassette é um padrão de fita para gravação de áudio lançado oficialmente em 1963

<sup>53</sup> O vídeo cassete (ou videocassete), também conhecido por V-K7 ou pela sua sigla inglesa VCR ( Video Cassette Recorder), é um aparelho eletrônico capaz de gravar e reproduzir imagens que são registradas em fitas magnéticas acondicionadas em caixas plásticas (cassetes) para facilitar o manuseio.

<sup>54</sup> DVD É A abreviação de Digital Video Disc .Contém informações digitais, tendo uma maior capacidade de armazenamento que o CD.

*de músicas, sugerem que o meio veio a ser um importante complemento para gravações”*<sup>55</sup>

É certo que estas novas tecnologias permitiram cópias livres de músicas naquela época, como o P2P, cujo o funcionamento e método explicarei no capítulo seguinte, permite hoje. Mas o volume total de faturamento da indústria fonográfica mundial com a adoção dos novos segmentos de mercado foi infinitamente superior às perdas alegadas.

*“Extremistas desse debate adoram dizer “você não vai até a livraria Saraiva pega um livro das estantes e simplesmente sai sem pagar; porque deveria ser diferente com a música online ?” A diferença, claro, é que quando você pega um livro na Saraiva, é um livro a menos disponível para venda. Já quando você copia um arquivo MP3 de uma rede de computadores, não trata-se de um CD a menos que possa ser vendido. As idiossincrasias da pirataria do intangível é diferente das idiossincrasias da pirataria do tangível.”*<sup>56</sup>

É necessário, então, analisar a verdadeira relação existente entre o direito do autor e a tecnologia. O primeiro sempre foi refém da segunda, desde os tempos do fonógrafo de Thomas Edison no século XIX, e a situação só se agravou com o advento do rádio, do cinema, da televisão a cabo. Nesses 100 anos a legislação se aperfeiçoou cada vez mais, estendendo seu manto de proteção a todos os países oficiais do mundo e acompanhando o desenvolvimento da tecnologia. É virtualmente impossível controlar qualquer método ou sistema em sua totalidade e, especialmente nos dias de hoje com a Internet, não seria diferente.

A indústria do conteúdo e entretenimento, maioria que tem poses sob o Copyright,

---

<sup>55</sup> COASE, Ronald H. (1979). Payola in Radio and Television Broadcasting. *Journal of Law & Economics* 22 (2): 269-328.

<sup>56</sup> LESSIG, Lawrence - "Cultura Livre", tradução de Fábio Emilio Costa, disponível em <http://www.pe.softwarelivre.org/pixies/livros/culturalivre.pdf>, acessado dia 12/12/2004

lançaram-se uma guerra para enfrentar a pirataria e defender a propriedade. A prática de lobbying<sup>57</sup> e milhares de dólares em contribuições para campanhas políticas acabaram trazendo o governo para essa guerra. Como em toda guerra, pode haver prejuízos diretos ou colaterais. Como em qualquer guerra pela proibição de algo, esses prejuízos serão sofridos pela a maioria de nossa população.

No meu entender essa não é uma guerra justificável. Não há razão sensata para que agora, pela primeira vez em nossa história, a lei deva defender o velho contra o novo, justamente quando o poder da propriedade chamada “propriedade intelectual” está no seu ponto alto dentro de nossa história.

Porém, o senso comum está do lado da indústria do conteúdo. Os pedidos de controle em nome da propriedade continuam aparentando racionalidade e conquistando o senso comum.

O que acontece hoje em dia, com a atual legislação, é que se dá às indústrias do conteúdo o direito de controlar como a indústria deve se desenvolver. Esse é um sistema que poderá sufocar a inovação. Já é suficientemente difícil abrir uma empresa, e torna-se impossivelmente difícil se essa companhia é constantemente ameaçada de processo. Os inovadores que queiram inovar nesses espaço só podem o fazer com segurança se eles tiverem o aval das indústrias que dominaram na geração passada.

As grandes indústrias, principalmente da música, insistem em trilhar o caminho mais espinhoso de processar usuários, em sua maioria domésticos, com isso apenas gastando mais dinheiro com advogados ao invés de investir em novos modelos de negócio que gerem lucro.

A questão não é se as empresas deveriam ter o direito de começar negócios ilegais. A questão aqui é a definição exata de “ilegal”. A lei dos direitos autorais é uma confusão formada de incertezas. Não há nenhuma boa forma de saber como ela irá se aplicar às novas tecnologias.

---

<sup>57</sup> Apesar de não haver tradução para o português, o lobbying é algo comum na política de muitos países, inclusive do Brasil. De certa forma, lobbying é o tráfico de influências, mas com a diferença que é totalmente legal dentro do sistema jurídico do país dentro de certos limites. Na prática, lobbying é o ato de procurar ajuda política para o favorecimento de certos interesses, mediante trocas de favores políticos

Mas pela reversão de nossa tradição de deferência judicial, e pela acentuação das penalidades assustadoramente altas que a lei do Copyright impõe, essa incerteza agora mostra uma realidade que é muito mais conservadora do que deveria.

Se a inovação é constantemente checada por essa incerteza e responsabilização ilimitada, nós teremos muito menos inovação e muito menos criatividade. O efeito de muita regulamentação na cultura será o de produzir uma cultura sobre-regulamentada, da mesma forma que o efeito de muita regulamentação no mercado será o de produzir um mercado sobre-regulamentado. A construção de uma cultura de permissão, ao invés de uma cultura livre, é o caminho através do qual o modelo de mercado atual irá dificultar a inovação. Existe um segundo fardo que opera de forma mais direta ainda. Esse fardo é o fato que muitos na indústria de conteúdo procuram usar a lei para regulamentar a tecnologia da internet de modo que ela possa ser usada para melhor proteger seu conteúdo

O copyright pode ser uma propriedade, mas como todas as propriedades, ela também é uma forma de regulamentação que favorece alguns e prejudica outros. Se corretamente aplicada, ela beneficia os criadores e prejudica os parasitas. Quando má aplicada, é uma regulamentação que os poderosos podem usar para eliminarem a concorrência.

Além desses prejuízos sérios, existe mais um que era considerado pelos nossos antepassados, mas parece esquecido atualmente. Regulamentação em exceção corrompe os cidadãos e enfraquece o papel da lei. A guerra que está acontecendo atualmente é uma de proibição. Como em todas as guerras de proibição, ela alveja o comportamento de uma quantidade muito grande de cidadãos.

O número de brasileiros que baixam músicas, filmes e seriados na internet em casa chegou a 9,4 milhões durante março, com alcance de 41,4% de todos os internautas residenciais no país.<sup>58</sup>

Os números do IBOPE//NetRatings refletem o número de usuários únicos que, em

---

<sup>58</sup> Segundo dados do IBOPE//NetRating obtidos pelo IDG Now

conexões domésticas, usam redes P2P ou serviços de compartilhamento de arquivos para baixar conteúdo multimídia - os dados não contemplam a quantidade de músicas, filmes ou séries baixados sem pagamento de direitos autorais.

Portanto precisamos de um conjunto de regras que transforme 9,4 milhões de brasileiros em criminosos. O papel da lei depende das pessoas as obedecerem. Quanto mais, e mais repetidamente, nós como cidadãos experimentarmos a violação das leis, menos nós a respeitamos.

Precisamos garantir que tais pessoas possam ser chamadas de “cidadãos”, não de “bandidos”. Quando pelo menos 10 milhões de cidadãos baixam conteúdo da Internet, e quando eles usam ferramentas que combinam esses conteúdos de maneiras não permitidas pelos detentores de copyright, a primeira questão que deveríamos nos fazer não é como colocar a polícia no caso da melhor maneira. A primeira questão deveria ser se essa proibição específica é realmente necessária para garantir os fins corretos para os quais servem a lei do copyright. Não há outras formas de garantir que os artistas sejam pagos sem transformar 10 milhões de brasileiros em bandidos? Isso faz algum sentido se existem outras formas de pagar os artistas sem transformar o Brasil em um país de bandidos?

Essa questão abstrata pode ficar mais clara com um exemplo específico: Nós todos temos CDs. Muitos de nós ainda possuem discos. Esses pedaços de plástico codificam música que, de certa forma, compramos. A lei protege nosso direito de comprar e vender aquele plástico: não é uma violação do copyright para mim vender todos os meus discos de música clássica para um sebo e comprar discos de jazz em seu lugar.

Se a única forma de garantirmos que os artistas serão pagos fosse a eliminação da habilidade de movermos livremente o conteúdo, então essas tecnologias que interferem na liberdade de mover conteúdo até seriam justificáveis. Mas e se houvessem outras formas de garantirmos que os artistas fossem pagos, sem bloquearmos o acesso a nenhum conteúdo? E se, em outras palavras, um sistema diferente pudesse garantir a compensação aos artistas enquanto também preservassem a liberdade de mover conteúdo facilmente?

Se um sistema alcançar os mesmos objetivos legítimos que o sistema atual do copyright alcançou, mas permitisse aos consumidores e criadores muito mais liberdade, então nós teríamos uma ótima razão para procurar tal alternativa — e essa razão seria a liberdade. Mas a característica importante dessa alternativa é que ela nos levaria a um mercado muito diferente para produção e distribuição de criatividade.

Os poderosos, que atualmente, mesmo sendo poucos, controlam a absoluta maioria da distribuição do conteúdo no mundo, não poderiam mais exercer esse controle excessivo. Ao invés disso, eles seriam obrigados a andarem na mesma carruagem. Exceto pelo fato que os carroceiros dessa geração já domaram o Congresso, e estão guiando a lei para os protegerem contra essa nova forma de competição. Para eles a escolha é transformar 10 milhões de brasileiros em criminosos e sua própria sobrevivência e recriar a Internet antes que a Internet os recrie.

É compreensível porque eles fizeram a escolha que fizeram. Não é compreensível, porém, por que nós como uma democracia continuamos a aceitar essa escolha como nós fazemos. Estarmos jogando fora uma tradição tão profunda e importante quanto a nossa tradição de cultura livre.

Como o advogado Fred Von Lohmann da Electronic Frontier Foundation (Fundação da Fronteira Eletrônica — EFF) descreve, esse é o “efeito colateral” que “ergue-se sempre que você transforma uma grande quantidade da população em criminosos”. Esse é o efeito colateral para as liberdades civis em geral.

*“Quando você passa a tratar alguém como um criminoso conhecido então todas as suas proteções básicas por direitos civis simplesmente evaporam em um grau ou outro. (. . .) Se você é um violador do copyright, como você pode esperar ter qualquer direito à privacidade? Se você é um violador do copyright, como você pode esperar que seu computador seja protegido contra apreensão? Como você pode esperar*

*continuar tendo acesso à Internet? “<sup>59</sup>*

Quando 10 milhões de brasileiros são considerados “criminosos” segundo a lei, e quando a lei pode atingir o mesmo objetivo — garantir os direitos dos autores — sem esses milhões serem considerados “criminosos”, quem é o vilão? Os brasileiros ou a lei?

A indústria é lenta e pesada, entretanto, empresas muito menores e com menos poder de fogo econômico, adotaram métodos bem-sucedidos de download pago, com vertentes de direitos autorais corretamente direcionadas a seus titulares e generoso lucro para os operadores, como é o caso da iTunes, da gravadora Trama virtual. A verdadeira leitura por trás desse fervoroso debate é a urgente necessidade de mudança do modelo-de-negócios praticado pelas gravadoras.

---

<sup>59</sup> Advogado Fred von Lohmann da Electronic Frontier Foundation (Fundação da Fronteira Eletrônica — EFF) descreve que esse é o “efeito co lateral” que “ergue-se sempre que você transforma uma grande quantidade da população em criminosos”.

## 4.P2P

O P2P é uma tecnologia que depende de computadores formando redes que permitam a transferência de dados, ou seja, o compartilhamento de arquivos. Um software ou um sistema de busca permite que os usuários pesquisem os arquivos que estão sendo compartilhados nessa rede e que baixem esses arquivos desses outros computadores da rede. Os clientes são os usuários que requisitam a informação, o servidores são os usuários que atendem aos pedidos, as duas funções podem ser feitas ao mesmo tempo, par-a-par. Isso constitui o Peer-to-Peer (par-a-par), uma arquitetura de sistemas distribuídos caracterizada pela descentralização das funções na rede. A tecnologia P2P pode ser encarada como o resultado da evolução científica dos métodos de reprodução de obras intelectuais.

O Napster foi o primeiro software que permitiu esse tipo de compartilhamento de arquivos, com arquivos em MP3. Antes do Napster, os sistemas de buscas, como o Google, que é o mais recente, eram usados para baixar música. No entanto, a busca de arquivos era pesada, e as músicas eram muitas vezes de links quebrados. O Napster, por sua vez, mantinha uma central dinâmica com um índice de todos os arquivos disponíveis. Este índice é atualizado a cada vez que um usuário conectado ou desligado. Graças à sua interface amigável e aparentemente fornecimento ilimitado o serviço ganhou 30 milhões de usuários no seu primeiro ano.

O Napster não resistiu a uma série de ações legais envolvendo o direito do Copyright e fechou em 2001. Contudo gerou uma revolução que mudou a indústria fonográfica para sempre, novos programas surgem sucessivamente.

Estudos iniciais foram invocados para determinar levantamentos de número de usuários, mas este método é falho porque os questionados são suscetíveis a subestimar sua participação em uma atividade potencialmente ilegal.

O advento da partilha de ficheiros é uma tecnologia que enfraquece consideravelmente a proteção dos direitos de autor da música, filmes, livros e jogos de vídeo. Enfraquecer o copyright é inequivocamente desejável se isso vier a diminuir os incentivos dos artistas e empresas de

entretenimento para a produção de novas obras. Para avaliar o impacto de compartilhamento de arquivo, primeiro precisamos saber se a tecnologia de fato, reduz a rentabilidade da criação, comercialização e distribuição de novas obras. Naturalmente, sabemos que milhões de consumidores partilham milhares de arquivos sem compensar aos artistas ou empresas. Mas o fato de que a partilha de ficheiros é muito popular já nos diz um pouco sobre o impacto da tecnologia no lucro das indústrias.

*“o hábito de compartilhar arquivos de música on-line, tornado popular a partir do desenvolvimento de aplicativos como o Napster, estaria ainda em consonância com os ideais libertários que preconizam a rede mundial de computadores como um ambiente de trocas e colaboração.”<sup>60</sup>*

Ao contrário do que muitos responsáveis da indústria discográfica, as redes P2P não são os principais culpados pelo declínio que a indústria discográfica tem vindo a atravessar nos últimos anos, mas sim os downloads legais de singles em lojas online como a do iTunes e os descontos nos preços de venda dos CDs praticados pelas grandes superfícies comerciais.

#### **4.10 mito do senso comum**

Para melhor compreender o impacto das tecnologias de partilha de ficheiros sobre os direitos de autor, é necessário rever as bases do copyright e do compartilhamento de dados. Sendo a intenção inicial da proteção dos direitos do autor incentivar a criação de novas obras tentarei, neste capítulo, ver como a tecnologia P2P influencia o mercado da produção cultural.

O advento da tecnologia de partilha de ficheiros, P2P, tem permitido aos consumidores copiar música, livros, jogos de vídeo e outras obras protegidas, em uma escala sem precedentes e ao mínimo custo. Não há dúvida de que a partilha de ficheiros substancialmente enfraquece a proteção dos copyright. , porém, com esse trabalho me pergunto e pretendo analisar se a nova

tecnologia tem prejudicado os incentivos de autores e empresas de entretenimento em sua criação, mercado e distribuição de novas obras. A partilha de ficheiros, à partir de argumentos que levantarei a seguir, não prejudica a produção cultural

Enquanto a evidência empírica do efeito de partilha de ficheiros nas vendas é misturado, muitos estudos concluem, por sua vez, que a música pirata possa explicar o recente declínio vendas na indústria. A mudança nas vendas por si só, porém, não é suficiente para concluir que os autores têm menos incentivos à criação de novas obras.

A partilha de ficheiros influencia o mercado de concertos, eletrônica e a infra-estrutura das comunicações. Por exemplo, a tecnologia aumentou o preço dos concertos, encorajou os artistas a fazerem mais turnês, e, em última instância, aumentou suas receitas globais.

Dados sobre a oferta de novas obras estão em consonância com o argumento de que a partilha de ficheiros estimula a produção cultural e, pelo contrário, não desencorajam os autores e publicadores.<sup>61</sup>Um estudo recente demonstra que países com o maior índice de transferência de dados via P2P, são os países onde a produção cultural dobrou nos últimos anos, mesmo estudo que diz que o compartilhamento de arquivos na internet não desencoraja a produção criativa. É o que diz a pesquisa de uma dupla de economistas de Harvard Business School.<sup>62</sup>De 2000 para cá, segundo Felix Oberholzer-Gee e Koleman Strumpf, no ápice do crescimento do P2P e da proliferação do MP3, a indústria musical mais que duplicou suas produções. A análise informa que em 2007, incluindo os lançamentos digitais, 79.685 álbuns foram criados no mundo. Sete anos antes, o número foi de 35.516 novos discos, de acordo com dados da Nielsen SoundScan. A publicação de novos livros ronda por 66% durante o período 2002-2007. Desde 2000, a abertura de novos álbuns, anualmente mais do que duplicou, e no cinema, o longa-metragem de produção é de mais de 30% desde 2003. Ao mesmo tempo, uma investigação empírica em

---

<sup>60</sup> CASTRO, G.G.S. *Música digital: distribuição e escuta nas tribos contemporâneas*. São Paulo: ESPM, 2004, p.3

<sup>61</sup> ver TOSEN 1999; PASMANN 2000 e GAYER e SHY, 2006

<sup>62</sup> OBERHOLZ, Felix e KOLEMAN, Strumpf (2004), *The Effect of File Sharing on Record Sales: An Empirical Analysis*

compartilhamento de arquivo documenta que o consumidor ganhou em bem-estar devido à nova tecnologia.

As vendas das gravações, sim, decaíram, entretanto, os estudiosos apresentam dados que evidenciam que o lucro dos artistas não diminuiu com a popularização do compartilhamento digital. Verbas provindas de shows, por exemplo, cresceram mais do que o comércio das mídias caiu. O que ocorre no mercado, conforme publicado no relatório, trata-se de uma maior distribuição do faturamento. Enquanto as gravadoras perdem parte de seu lucro, empresas relacionadas a concertos musicais e reprodutores de mídia digital, como a Apple e seu icônico iPod, crescem expressivamente seus negócios.

Um dos principais argumentos dos opositores ao compartilhamento de arquivos na web é que o desrespeito aos direitos autorais desestimularia a criação de novos trabalhos na área fonográfica e também na literatura. Os números de lançamentos nos últimos anos em todo o mundo, inclusive na área cinematográfica, refutam a tese. Em quatro anos, de 2003 a 2007, o número de filmes aumentou em mais de mil produções anuais, informa pesquisa da Screen Digest. O curioso é que o aumento também acontece em países onde as cópias ilegais são mais comuns, como na China, Coreia do Sul e Índia.

Na conclusão da pesquisa, os economistas escrevem que o formato digital também diminuiu o custo de produção de filmes e músicas, permitindo com que os artistas atinjam o público-alvo em diferentes formas. As pesquisas futuras da Harvard Business School se direcionarão para essa mudança de renda induzida pelas novas tecnologias, segundo os próprios.

Embora a partilha de ficheiros interrompa alguns tradicionais modelos de negócios das indústrias criativas, sobretudo na música, há poucas leituras que sugiram que a nova tecnologia desencoraja a produção artística. O enfraquecimento do Copyright, ao que parece, tem beneficiado a sociedade.

Ao longo dos últimos 200 anos, a maioria dos países evoluíram seus direitos autorais em um regime de direção única: legisladores repetidamente reforçou a proteções legais dos autores e

editores, elevando os preços para o público em geral desencorajando o consumo do produto cultural.

Os profissionais da cultura precisam saber à partir de que momento o p2p pode enfraquecer ou fortalecer a produção cultural e, igualmente importante, é a questão de como os produtores iriam responder aos copyright mais fracos. Será que eles ofereceriam menos obras ou obras de menos qualidade?

A um preço próximo de zero, muitos consumidores fazem o download de música e filmes que não teriam comprado pelos preços correntes. Essa questão é importante.

Em uma amostra de 5.600 consumidores que estavam dispostos a partilhar as estatísticas de seu iPod, a maioria tinha uma coleção de mais de 3.500 músicas (Lamere, 2006). Desse total, 64% dessas canções nunca tinha sido tocada, o que torna pouco provável que esses consumidores pago por uma boa parte da dessas músicas. Embora seja difícil dizer o quanto esta amostra é representativa, não há dúvidas de que demonstra o quanto grupos comerciais, tais como a Business Software Alliance exageram no impacto do compartilhamento de arquivo sobre a rentabilidade da indústria quando tratam cada cópia pirata como a perda de uma venda (Economist, 2005).

Mesmo se um regime de copyright baixo reduza a rentabilidade da indústria, não é óbvio dizer que gera prejuízo ou desestimula a criação e distribuição artística. Duas considerações são importantes. Em primeiro lugar, com o autor enfraquecido, o preço efetivo de música, filmes e livros sofre uma queda e o consumidor tem mais disponibilidade para pagar por complementos. Se artistas obtêm rendimentos provenientes de estes complementos, em geral, o incentivo para a produção de novas obras não sofreria declínio.

*Por exemplo, como a música torna-se efetivamente livre, o preço dos concertos, um complemento à música, é suscetível a aumento, e os artistas que ganham a partir de receitas de concertos e poderão sair ilesos do declínio na música vendida*

*(Krueger, 2005; e Mortimer Sorensen, 2005).*

Da mesma forma, os autores poderiam ser mais capazes de complementar os seus rendimentos de livros através de visitas e palestras já que muitos mais leitores estariam familiarizados com sua obra.

A remuneração do talento artístico difere de outros tipos de trabalho em pelo menos dois aspectos importantes. Por um lado, muitas vezes artistas apreciam o que eles fazem, sugerindo que elas possam continuar a ser criativos, mesmo quando o incentivo monetário para o fazer se tornar mais fraco. Além disso, artistas recebem uma significativa parte da sua remuneração não monetária no formulário - muitos dos quais gozam fama, admiração, status social, livre e cerveja em bares - o que sugere uma redução em termos monetários incentivos poderá eventualmente ter um impacto reduzido sobre a quantidade e qualidade dos artística produção.

Contrário a idéia de que o abandono do copyright impede que o artista ganhe dinheiro com a sua produção, citou o exemplo de artistas no estado do Pará que estão buscando novos modelos de negócio ao se apropriar de todo o processo de produção musical.

## **5.O produto cultural e a economia pautados pelas novas tecnologias de informação**

Enquanto indústria, a fonografia, assim como a indústria cinematográfica vem sendo afetada pelas recentes mudanças de paradigmas técnicos, tecnológicos e comerciais que reformulam o sistema capitalista de forma geral.

Nesse capítulo irei me deter na indústria fonográfica, que parece estar sendo a mais afetada nesse momento que surgem discussões sobre a “crise” das grandes gravadoras. Essas têm que transformar suas estruturas produtivas para se adequar à nova ordem técnico-econômica, flexibilizar seus modos de produção, abrir o mercado para novos parceiros, fundir-se com grandes forças industriais, adotar novas técnicas e tecnologias que otimizem sua performance no mercado global. Estes processos têm complexificado as relações de produção e de poder ao longo da cadeia produtiva, afetando inclusive o setor independente e o surgimento de uma nova economia

Em face do surgimento de uma Nova Economia – na qual novos produtos, tecnologias e formas de comércio seguem uma nova lógica econômica – a cadeia produtiva da fonografia estaria num processo de reorganização, cujos resultados seriam imprevisíveis. Tal cenário é resultante da convergência de distintos desenvolvimentos, entre os quais a reestruturação da produção fonográfica, empreendida pelas grandes empresas do ramo, e a interdependência com a agenda das indústrias de novas tecnologias da informação e da comunicação.

Sob o slogan de “crise da indústria da música”, aponta-se para a ocorrência de fenômenos como a acentuada expansão da pirataria e o crescente compartilhamento de arquivos sonoros pela Internet. O tradicional modelo de comercialização de música, centrado na venda de suportes físicos gravados rapidamente cede espaço a iniciativas que envolvem o comércio on-line de fonogramas digitais e o oferecimento gratuito de conteúdos em sites patrocinados.

A pirataria desencadeia um forte processo de reestruturação desta indústria mas ela não é um fenômeno recente.

*“Já na década de 70, a popularização das fitas cassete possibilitou que cópias de álbuns musicais fossem feitas sem quaisquer medidas de controle e sem que a indústria fonográfica vislumbrasse algum potencial dano futuro significativo derivado desta prática. Contudo, no cenário atual, caracterizado pelo desenvolvimento e barateamento das tecnologias de reprodução de fonogramas, a pirataria física, que envolve a produção e venda ilegal de suportes físicos gravados, cresceu de forma substantiva. Além disso, o artifício da internet potencializou a escala das cópias domésticas. Os prejuízos derivados desses dois tipos de pirataria tem levado à emergência de novas estratégias, formatos e modelos, adotados pela indústria a fim de minimizar tal problemática”*<sup>63</sup>

Historicamente, períodos de concentração de poder mercadológico nas mãos de poucas empresas (oligopólio) são transmutados de maneira natural e quase imperceptível à época em que ocorrem em fases de competição mais equilibrada entre as empresas.

Outra consequência do desenvolvimento, barateamento e popularização de novas tecnologias é o fato de que o mercado de massa está se convertendo num mercado de nichos.

*“Uma grande variedade de produtos cuja oferta, até recentemente, era considerada antieconômica, passou a ser viável (...) em uma era de consumidores em rede, na qual tudo é digital, a economia de distribuição está mudando de forma radical, à medida que a internet absorve quase tudo, transmutando-se em loja, teatro e difusora, por uma fração*

---

<sup>63</sup> LEAL, R.D.R.S. *O marketing e a queda nas vendas de CD's*. Monografia - Administração com habilitação em marketing. Faculdade de Tecnologia e Ciências, Feira de Santana, 2004.

*mínima do custo tradicional”.*<sup>64</sup>

Nesse novo contexto, as gravadoras independentes ganham espaço, devido à sua maior flexibilidade e ao histórico de enfoque em nichos específicos do mercado. As gravadoras independentes passam por uma fase de amadurecimento criativo e organizacional, apresentando participação cada vez mais relevante no mercado de música.

*“A ABMI (Associação Brasileira da Música Independente) estima que cerca de 15 milhões de discos independentes sejam vendidos anualmente no Brasil, o que corresponderia a aproximadamente 25% do mercado”*<sup>65</sup>

Essa constatação é a imagem do paradoxo presente na reestruturação do mercado fonográfico: o meio que se apresenta como principal ambiente de negócios para o mercado fonográfico, num futuro próximo, é caracterizado pela essência libertária da produção colaborativa e das trocas livres, ou seja, é fortemente anti-comercial para o modelo de negócio atual das grandes gravadoras. E diante da obscuridade dos novos caminhos de comercialização da música via internet, o equilíbrio dessas duas forças parece estar muito distante.

As gravadoras e selos independentes são os principais articuladores destes mercados de nicho e hoje em dia representam a maior parte dos lançamentos de artistas nacionais. O mercado independente já não mais se vincula à imagem de produção amadora e de baixa qualidade. As oportunidades e possibilidades de atuação nunca foram tão efetivas no mercado quanto atualmente, afinal, se por um lado o acesso irrestrito do consumidor aos diferentes artistas na internet gera, gradativamente, um declínio de vendas do artista de massa, por outro, abre a oportunidade para os artistas de nicho intensificarem um diálogo mais pessoal e dinâmico com seu público alvo.

---

<sup>64</sup> ANDERSON, C. *A cauda longa: Do mercado de massa para o mercado de nicho*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006

<sup>65</sup> GUIMARÃES, A.T.M. *As gravadoras independentes e o futuro da indústria fonográfica no Brasil*. Dissertação de graduação em Comunicação Social; PUC-RJ, Rio de Janeiro, 2005, p. 29

Uma iniciativa nacional interessante nesse sentido é a plataforma de música brasileira independente TramaVirtual, ligado à gravadora Trama. Esta ferramenta permite que os artistas independentes possam disponibilizar informações, fotos e músicas para download de maneira gratuita. Em 2007, a Trama Virtual anunciou o serviço “Download Remunerado”, em que uma verba cedida por empresas mensalmente é dividida entre todos os artistas que tiveram downloads de suas músicas. Esse modelo de negócio, denominado ad-support, ou pago por publicidade, inaugurado pelo site WE7, disponibiliza músicas para download gratuito, mas que contém em anexo um pequeno anúncio, com menos de três segundos. Esse modelo pode ser muito interessante nessa nova reconfiguração do mercado fonográfico, pois oferece downloads gratuitos que podem concorrer frente a frente com os compartilhamentos ilegais.

O setor de telefonia móvel é um que apresenta grande potencial de atuação. O aparelho celular mostra-se como um dos principais dispositivos de convergência de mídias – entre elas o áudio – e dá sinais de que não pretende se distanciar do ambiente web, integrando as funções de colaboratividade e compartilhamento. A consolidação das tecnologias e padrões de terceira geração, conhecida como 3G, permitirá o acesso à rede de dados com elevadas larguras de transmissão de banda (banda larga), além de amenizar uma das principais barreiras ao uso da Internet em telefones celulares, os elevados custos de transferência de dados.

A escuta de música através do celular já representa uma fatia relevante do mercado musical, o que atrai as operadoras de telefonia móvel para esse mercado, oferecendo serviços ligados à música para seus usuários. Já as vendas de música via telefonia móvel, estão mais consolidadas no Brasil, alcançando um aturamento de R\$18,54 milhões – 76% do total das vendas<sup>66</sup>

*“É necessário destacar que as vendas efetuadas pelas operadoras de telefonia são majoritariamente compostas pelos chamados ringtones e truetones, que são apenas trechos*

---

<sup>66</sup> ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DOS PRODUTORES DE DISCO (ABPD). *Mercado fonográfico brasileiro – 2007*. Disponível em: <[http://www.abpd.org.br/noticias\\_internas.asp?noticia=156](http://www.abpd.org.br/noticias_internas.asp?noticia=156)>. Acesso em 05.05.08b.

*de música usados para toque em celulares, todavia a possibilidade de downloads da faixa inteira, e o conseqüente pagamento por músicas digitais e/ou de álbuns completos, parece uma realidade cada vez mais próxima. Isto só será possível, a partir da difusão e consolidação de novas tecnologias, tal como a 3G.”*<sup>67</sup>

No Brasil, a receita total das vendas digitais, incluindo vendas via internet e telefonia móvel cresceu 157% em 2007, alcançando R\$24,5 milhões – 8% do faturamento total (ABPD, 2008b)

As empresas dominantes demonstram lentidão para se adaptar aos novos paradigmas relacionados a configuração da oferta e distribuição de conteúdo. Sua postura um tanto inflexível ainda tenta manter funcionando seu, até então inabalável, modelo de negócio baseado na fabricação de hits, que exige produção de álbuns musicais que vendam grandes volumes unitários. Isto ocorre apesar da estimativa de que de cada dez artistas lançados pelas grandes gravadoras, apenas um atinja o patamar de vendas necessário para cobrir os custos com produção, gravação, promoção e distribuição<sup>68</sup>

É preciso, então, que as gravadoras tomem iniciativas coerentes com a nova realidade do mercado frente à revolução digital. Em decorrência da rápida e profunda mudança dos paradigmas tecnológicos que regem a produção e distribuição dos produtos musicais, tanto majors, quanto indies, só terão melhores possibilidades de sobreviver à crise instalada pela violenta redução das vendas de CDs, pela pirataria física e pelo compartilhamento do tipo P2P, caso efetuem mudanças em seus modelos de negócio. As direções destas mudanças ainda não estão definidas.

---

<sup>67</sup> PACHECO, F; SERRANO, F. Operadoras apostam na música digital. *O Estado de São Paulo*. 14.04.08. Disponível em: <[http://www.link.estadao.com.br/index.cfm?id\\_conteudo=13489](http://www.link.estadao.com.br/index.cfm?id_conteudo=13489)>. Acesso em 05.06.09

<sup>68</sup> Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD). *Digital broadband content: Music*. OECD Dir. for Science, Technology and Industry. Committee for Information, Computer and Communications Policy. Working Party on the Information Economy, 2005.

*“A crise que abala o mercado fonográfico não é sinal do enfraquecimento ou do fim da música. A música continuará a existir, independente da lucratividade da indústria associada a mesma”.<sup>69</sup>*

A crise instalada afeta principalmente as grandes empresas, e é característica das fases de mudanças de paradigmas tecnológicos. Como sempre ocorre nestes casos, a pressão adaptativa será inevitável. O futuro, próximo, pertencerá às organizações que souberem fazer as leituras corretas destas tendências, favorecendo a consolidação destes novos modelos de negócio.

---

<sup>69</sup> **DELFIN.** *Um novo eixo para a música.* Disponível em: <<http://www.axialvirtual.com/pressbra.html#entrevistas>> 2007. Acesso em 20/04/08.

## 6.Cultura livre

### 6.1. A produção em alcance real e o produto cultural em âmbito livre: cultura de nichos

Na sociedade potencialmente conectada, a cultura vive as possibilidades da colaboração, do ativismo em torno do compartilhamento do conhecimento e, simultaneamente, tendo vivido as tentativas de controle e manutenção da velha indústria cultural, é um homem em busca de uma cultura livre. A necessária expansão das redes coloca em xeque os instituídos modelos de reprodução dos saberes e a própria educação. O aprendizado exige a exploração das redes de saberes e das malhas de produção de conhecimento.

Acompanha-se a uma democratização das ferramentas de produção, que representa o aumento da capacidade de produção de conteúdos por parte da sociedade em geral, em decorrência do acesso às ferramentas de produção (tecnologias de gravação e edição), que há alguns anos estava restrito a poucos profissionais. Isto faz com que, em tese, qualquer indivíduo possa produzir conteúdo musical de boa qualidade com custo significativamente baixo, em computadores e softwares desenvolvidos para atuar estúdios caseiros.

*“A consequência de tudo isso é que deixamos de ser apenas consumidores passivos para passar a atuar como produtores ativos”<sup>70</sup>*

Há também uma democratização das ferramentas de distribuição, consequência do avanço da internet, que reduziu drasticamente os custos de se alcançar os consumidores, além de permitir que estes atuassem como distribuidores, o que aumenta o acesso aos nichos.

A internet “...torna mais barato alcançar mais pessoas,

---

<sup>70</sup> ANDERSON, C. A cauda longa: Do mercado de massa para o mercado de nicho. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006

aumentado efetivamente a liquidez do mercado na Cauda, o que, por sua vez, se traduz em mais consumo, elevando efetivamente o nível da linha de vendas e ampliando a área sob a curva” (ANDERSON, 2006).

Neste cenário surgem novos modelos de negócio que usam a distribuição digital para atingir o público consumidor.

Na chamada Web 2.0 <sup>71</sup>, diferentemente da anterior, onde o homem tinha a sua disposição uma infinidade de informação, o homem agora produz, cria, colabora.

As redes p2p vêm se configurando como grandes vitrines para artistas independentes. Este fato, somado a maior oferta de meios de produção cada vez mais baratos, impulsionou, com um vigor sem igual, uma disponibilidade crescente de conteúdo musical, estimulando uma mudança radical no paradigma de comercialização do produto musical e induzindo um rearranjo estrutural e organizacional da indústria fonográfica. Sendo assim, por ter a possibilidade de ouvir conteúdos distintos com a mesma facilidade, o consumidor passa poder escolher conteúdos que estejam mais de acordo com suas afinidades. É a transferência de uma cultura de massa para uma cultura de nichos.

Utilizando o P2P (Peer-to-Peer) como meio de troca dessas formas remixadas, Lawrance acredita que podemos transformar as estruturas hierárquicas da comunicação, deixando de ser apenas espectador, passando a produtores e difusores do conhecimento.

A expansão da cultura digital confunde-se com a expansão da Internet e com a cultura Livre, pois os conceitos que se destacam são a liberdade de criação e a idéia de compartilhamento. Este espírito aberto permitiu construir o maior repositório de informações que a humanidade jamais viu. Defender a diversidade cultural e uma cultura livre passa pela defesa de uma cidadania

---

<sup>71</sup> Web 2.0 é um termo criado em 2004 por uma empresa estadunidense para designar uma segunda geração de comunidades e serviços, tendo como conceito a "Web como plataforma", envolvendo wikis, aplicações baseadas em redes sociais, colaboração e Tecnologia da Informação.

digital<sup>72</sup>, transnacional, e baseada na garantia dos direitos humanos e das liberdades fundamentais.

## **6.2. Software livre e código aberto.**

O Software livre, segundo a definição criada pela Free Software Foundation <sup>73</sup> é qualquer programa de computador que pode ser usado, copiado, estudado e redistribuído sem nenhuma restrição.

A Cultura Digital promove o uso do software livre e ações de inclusão digital, assim como a ampliação infinita da circulação de informação e criação. Com novas possibilidades de difusão e acesso à cultura, cria uma nova visão sobre o atual cenário dos direitos autorais, e fomenta a discussão sobre novas formas de licenciamento e gestão de conteúdos, além de formas concretas de enfrentar o monopólio das empresas de software e garantir uma livre distribuição do conhecimento através da rede mundial de computadores. Propõe ainda, mudanças sobre o que conhecemos de propriedade intelectual, estendendo a lógica de organização do software livre para torná-la uma alternativa à produção em outras áreas do conhecimento.

Segundo John Perry Barlow, co-fundador da Electronic Frontier Foundation (EFF), existe uma segunda globalização acontecendo, que se apresenta de forma diferente às corporações, essa é feita através da internet e dos programas de P2P. A luta pelo software livre é uma maneira de manter o controle sobre nossas próprias mentes. "Aqueles que regulam o que as pessoas podem falar, controlam aquilo que elas podem pensar – dominando a realidade." Assim, ações de resistência à propriedade intelectual, através do software livre, são essenciais para garantir o desenvolvimento dos países emergentes.

---

<sup>72</sup> A cidadania digital pretende abranger a garantia do exercício dos direitos sociais: através da utilização dos recursos digitais, baseados na Informática e no computador, para possibilitar o pleno exercício desses direitos e deveres.

<sup>73</sup> A Free Software Foundation (FSF, *Fundação para o Software Livre*) é uma organização sem fins lucrativos, fundada em 1985 por Richard Stallman e que se dedica à eliminação de restrições sobre a cópia, redistribuição, entendimento e modificação de programas de computadores – bandeiras do movimento do software livre, em essência.

Outro conceito importante é o Creative Commons, tradução literal de criação comum também conhecido pela sigla CC, que faz referência a um conjunto de licenças padronizadas para gestão aberta, livre e compartilhada de conteúdos e informação (copyleft<sup>74</sup>). Foi idealizado por uma organização sem fins lucrativos norte-americana que os redigiu e mantém a atualização e discussão a respeito delas. Dentro desse cenário, a organização Creative Commons (CC) propõe à todos os produtores de conhecimento um conjunto de textos legais para flexibilizar os direitos sobre sua obra. A autoria é mantida, porém o uso e livre distribuição dessas informações torna-se muito mais fácil, eliminando a necessidade de intermediários legais e movendo-se unicamente pela criatividade de seus agentes.

No Brasil, o apoio do governo federal ao uso de software livre e a inclusão digital, em partes se deve a um posicionamento do ex ministro da cultura, Gilberto Gil. Logo no início de seu mandato, Gil se mostrou um apoiador da Cultura Digital buscando meios para sua implementação no país através de trocas de experiências e idéias com uma pequena delegação de acadêmicos e ativistas americanos pelos direitos on-line – incluindo Lawrence Lessig, de Stanford, William Fisher, de Harvard, e John Perry Barlow, da Electronic Frontier Foundation.

Para Gilberto Gil, o debate da propriedade intelectual e do software livre é dos mais contemporâneos e necessários, acreditando que “os fundamentalistas do controle absoluto sobre a propriedade” – sejam corporações ou governos – representam obstáculos no caminho para a democracia cultural e o crescimento econômico que o mundo digital pode trazer. Na época o governo se posicionou a favor da livre difusão de conhecimentos através da internet, garantindo o esforço do governo brasileiro para a criação de políticas públicas que possibilitem uma revolução digital.

Um bom exemplo é o Estúdio Livre que trabalha um conceito de ambiente colaborativo, em constante desenvolvimento, que busca formar espaços reais e virtuais que estimulem e permitam a produção, a distribuição e o desenvolvimento de mídias livres. . Todas as ferramentas

---

<sup>74</sup> *Copyleft* é uma forma de usar a legislação de proteção dos direitos autorais com o objetivo de retirar barreiras à utilização, difusão e modificação de uma obra criativa devido à aplicação clássica das normas de propriedade intelectual, sendo assim diferente do domínio público que não apresenta tais restrições.

deste ambiente são baseadas nos conceitos de software livre, conhecimento livre e apropriação tecnológica pelas comunidades de usuários.

O Brasil vem tendo destaque internacional no tratamento da questão da Cultura Digital. O governo federal se posicionou oficialmente à favor do uso do software livre e apresentou vários projetos que utilizavam essa tecnologia, inclusive implementando a primeira rede de caixas eletrônicas com código aberto do mundo.

Essa abertura de acesso ao conhecimento através do meio digital atende especialmente populações de baixa renda, habitando áreas com escassa oferta de serviços na área da cultura, tanto nos grandes centros como nos pequenos municípios; estudantes da rede básica de ensino; comunidades indígenas, rurais e quilombolas; agentes culturais, artistas, professores e militantes que desenvolvem ações no combate à exclusão social e cultural digital.

O governo federal apresentou dois grandes projetos que utilizam o software livre em larga escala: o PC conectado, que trata de financiamento subsidiado para computadores de até R\$ 1500, e o laptop de 100 dólares, que está sendo estudado pelo Ministério da Educação junto com o MIT, para ser distribuído para alunos da rede pública de ensino. O Ministério da Cultura, nos últimos anos, ajudou muito nessa colocação do Brasil, já considerada uma "Nação Open source" pela revista americana Wired. Muito embora o governo esteja ligado a projetos e apóie o uso de software livre, o posicionamento de forte apoio ao tema tem sido muito mais presente em fóruns e eventos públicos do que em ações governamentais efetivas.

O sucesso na implementação do software livre pode ser visto em iniciativas locais. Há uma série de diferentes projetos de implementação de telecentros que disponibilizam software livre à população. Uma das experiências de maior repercussão são os telecentros de São Paulo, que em 2004 já contavam com meio milhão de usuários registrados em mais de 100 telecentros em todas as áreas da cidade. Existe, em especial, o projeto dos Pontos de Cultura, parte do programa Cultura Viva, do Ministério da Cultura (MinC), que vem se desenvolvendo de maneira mais

---

"Copyleft" é um trocadilho com o termo "copyright" que, traduzido literalmente, significa "direitos de cópia".

aproximada a uma estratégia sustentável, contando com apoio efetivo das comunidades envolvidas não só com software livre, mas com todo um novo paradigma de produção cultural livre e coletiva.

Atualmente a idéia do governo é continuar essa implementação digital, pois além de toda a questão de acesso ao conhecimento, isso significa uma enorme redução de gastos governamentais nos pagamentos de licença de uso. “Para pagar cada licença do Windows com o [Microsoft] Office instalado, no Brasil – um país onde 22 milhões de pessoas estão morrendo de fome –, nós temos que exportar 60 sacas de grãos de soja”, declarou Marcelo D'Elia Branco, coordenador do Projeto de Software Livre Brasil.

### **6.3.Coletivo Pirata**

O Partido Pirata é um movimento que surgiu no Brasil ao final de 2007 e que faz parte da rede internacional de Partidos Piratas, organização que defende o acesso à informação, o compartilhamento do conhecimento, a transparência na gestão pública e o direito à privacidade - direitos ameaçados pelas tentativas de governos e corporações de controlar e monitorar os cidadãos. Entendemos que a defesa da chamada "propriedade intelectual" no âmbito digital implica no controle dos cidadãos e na supressão dos direitos civis e liberdades individuais fundamentais. O Partido Pirata do Brasil defende ainda a inclusão digital, o uso de softwares livres e a construção de políticas públicas de forma efetivamente participativa e colaborativa.

No Brasil, o Partido Pirata não é institucionalizado mas não estão esperando o reconhecimento oficial para buscar apoios e difundir suas propostas que estão em constante desenvolvimento pelos membros do Coletivo, que se comunicam através de ferramentas colaborativas e abertas ao público, como o fórum, wiki<sup>75</sup> e lista de emails.

---

<sup>75</sup> Os termos wiki (pronunciado /uíqui/ ou /víqui/) e WikiWiki são utilizados para identificar um tipo específico de coleção de documentos em hipertexto ou o software colaborativo usado para criá-lo. Permite a edição coletiva dos documentos usando um sistema que não necessita que o conteúdo tenha que ser revisto antes da sua publicação.

O Partido Pirata não se parece em nada com a instituição partidária a qual estamos acostumados: burocráticas, hierárquicas e verticalizadas. Atuam de forma descentralizada e não hierárquica. Essa forma de agir, compartilhando e construindo conjuntamente as propostas, se associa diretamente a sua própria identidade e à sociedade que idealizam. Na medida em que são inovadores, eles expõem os problemas do mercado e indicam o caminhos para novos modelos de negócio.

## 7.CONCLUSÃO

1.A técnica é um mecanismo de atuação presente em todos os momentos históricos, sendo produzida dentro de uma cultura, e uma sociedade como fator condicionante, mas não determinante.

2. A cultura digital, ou cibercultura foi construída à partir da mudança cultural causada pelo uso das novas tecnologias sendo um fator importante para a compreensão da dinâmica da sociedade atual.

3. A cultura digital é originada e difundida, não por acaso em um período histórico da reestruturação global do capitalismo, para o qual foi uma ferramenta básica. Portanto, a nova sociedade emergente deste processo de transformação é capitalista.

4. Uma nova forma de consumir os produtos culturais é proporcionada, através da noção de perda de tempo e espaço, de redes colaborativas e compartilhamento de arquivos.

5. A necessidade de uma reestruturação no modelo de negócios tradicional da indústria cultural é escondida pelas grandes indústrias por dificultar e desmanchar suas antigas formas de concentrar riqueza e poder.

5.A demonização da liberdade de informação e de produtos culturais, através de campanhas com o selo de pirataria, é espalhada pelo congresso e pela mídia ganhando o senso comum à partir da omissão de debates que trazem opiniões contrárias.

6.O Brasil vem tendo destaque internacional no tratamento da questão da Cultura Digital, o governo federal se posicionou oficialmente à favor do uso do software livre e apresentou vários projetos que utilizavam essa tecnologia, inclusive implementando a primeira rede de caixas eletrônicos com código aberto do mundo. Valeria a pena investir e sair na frente ganhando destaque internacional tendo em vista a reformulação que o mundo vai enfrentar.

## 8.BIBLIOGRAFIA

- ADORNO, Theodor W. e HORKHEIMER, Max. **Dialética do esclarecimento**. RJ: Zahar, 1985
- ALKMIM, A.C. **Cadeia produtiva da economia da música**. Rio de Janeiro: Incubadora Cultural Gênese; PUC-Rio, 2004.
- ANDERSON, C. **A cauda longa: Do mercado de massa para o mercado de nicho**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006
- ARAÚJO, J.C. **Internet & ensino: novos gêneros, outros desafios**. (Org.) Rio de Janeiro: Lucerna, 2007
- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DOS PRODUTORES DE DISCO (ABPD). **Mercado brasileiro de música**, 2006. Brasil.
- \_\_\_\_\_. **Mercado fonográfico brasileiro 2007**. Brasil
- BENJAMIN, W. **A Obra de Arte na Era de sua Reprodutibilidade Técnica**. In: Obras Escolhidas, vol. 1, Brasiliense, São Paulo.
- BHABHA, H.i. **O local da cultura**. Trad. De Myriam Ávila et. Al. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 1998.
- BOSI, Alfredo. **Cultura brasileira e culturas brasileiras** in Dialética da colonização. São Paulo: Companhia das Letras, 1992
- BRUNNER, J. J. 2004. **Educação no encontro com as novas tecnologias**. IN: TEDESCO, J. C. (org.). Educação e Novas Tecnologias. São Paulo: Cortez; Buenos Aires: Instituto Internacional de Planeamiento de la Educación: Brasília: UNESCO
- CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999;
- \_\_\_\_\_. **A galáxia da Internet**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003;
- CASTRO, G.G.S. **As tribos de ciberouvintes: Música e internet**. São Paulo: ESPM, 2005.
- \_\_\_\_\_. **Música digital: distribuição e escuta nas tribos contemporâneas**. São Paulo: ESPM, 2004.
- COASE, Ronald H.. **Payola in Radio and Television Broadcasting**. Journal of Law & Economics, 1979

COELHO, Teixeira. **Dicionário crítico de política cultural**. São Paulo, Iluminuras/Fapesp, 1998

DELFIN. **Um novo eixo para a música**. Disponível em:

<<http://www.axialvirtual.com/pressbra.html#entrevistas>> 2007. Acesso em 20/06/09.

DMART & BARRETO, A. **A antena e o satélite**. Overmundo. Disponível em:

<<http://www.overmundo.com.br/overblog/a-antena-e-o-satelite>>. Acesso em 28/06/09.

ENZENSBERGER, Hans M., Elementos para uma teoria dos meios de comunicação. São Paulo: Conrad Editora, 2003.

FLICHY, P. **Les Industries de l'imaginaire**, PUG, Grenoble, 1980

FLUSSER, Vilém, **Digital Apparition**, in T. Druckrey , Out of Control, Wesley, Reading, 1995.

GUIMARÃES, A.T.M. **As gravadoras independentes e o futuro da indústria fonográfica no Brasil**. Dissertação de graduação em Comunicação Social; PUC-RJ, Rio de Janeiro, 2005.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade** Trad. de Tomaz Tadeu da Silva, Guacira Lopes Louro. Rio de Janeiro: DP&A, 2004.

HERSCHMANN, M.& KISCHINHEVSKY, M. **Indústria da música: uma Crise Anunciada**. In: ENCONTRO DOS NÚCLEOS DE PESQUISA DA INTERCOM, 5, 2005, Rio de Janeiro. Anais ... Rio de Janeiro: Ed. UERJ, 2005. 1 CD-ROM.

HOLANDA, Sérgio Buarque de. **Raízes do Brasil**. 26ª ed. São Paulo: Cia das Letras, 1995.

JOHNSON, Steven. Emergência: a dinâmica de rede em formigas, cérebros, cidades e softwares. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2003.

LANCELLOTTI, B.M. **A produção musical independente**. São Paulo: FAAP, 2006

LEAL, R.D.R.S. **O marketing e a queda nas vendas de CD's**. Monografia - Administração com habilitação em marketing. Faculdade de Tecnologia e Ciências, Feira de Santana, 2004.

LEMOS, André. **Cibercultura: alguns pontos para compreender nossa época**. Em: Lemos, André & Cunha, Paulo (org.). Olhares sobre a cibercultura. Porto Alegre: Sulina, 2003

LEVY, Pierre. **O que é o virtual**. São Paulo: Ed. 34, 1996;

\_\_\_\_\_. **As tecnologias da inteligência**. São Paulo: Ed. 34, 1997;

\_\_\_\_\_. **A inteligência coletiva**. São Paulo: Edições Loyola, 1998;

\_\_\_\_\_. **A máquina universo**. Porto Alegre: ArtMed, 1998;

\_\_\_\_\_. **Cibercultura**. São Paulo: Ed. 34, 1999; )

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 Universitário e Editora Francis, 2005

LICKLIDER e TAYLOS, R, **The Computador as a Communication Device', Science and Technology**, Abril, 1968,

MARTINI, P. **Enxugando gelo para não molhar a mão**. Overmundo. Disponível em: <<http://www.overmundo.com.br/overblog/enxugando-gelo-para-nao-molhar-a-mao>>. Acesso em: 29.05.09.

MILÈGE, B. **L'Industrialisation de l'audiovisuel. Des programmes pour les nouveaux médias** Aubier, Paris, 1986

OBERHOLZ, Felix e KOLEMAN, Strumpf, **The Effect of File Sharing on Record Sales: An Empirical Analysis**, 2004

OPINIÃO E NOTÍCIA. **Venda de música digital cresce cada vez mais**. Disponível em: <<http://opiniaoenoticia.com.br/interna.php?id=143792008>>. Acesso em 23.06.09.

ORTIZ, Renato. **Mundialização e cultura**. São Paulo: Brasiliense, 2003

PACHECO, F; SERRANO, F. **Operadoras apostam na música digital**. O Estado de São Paulo, 2008

RHEINGOLD, Howard. **Smart Mobs: the next social revolution**. USA: Basic Books, 2002.

RÜDIGER, Francisco. **Elementos para a crítica da cibercultura**. SP: Hacker Editores, 2002

TREMBLAYG. **Les industries de la culture et de la communication**, Québec, 1990

VIRILIO, Paul. **Cybermonde ou la politique du pire**, Paris, Les éditions Textuel, 1996

WARNIER, Jean-Pierre. **A mundialização da cultura**. Bauru: EDUSC, 200

WIENER, N. **Cybernetics or Control and Communications in the Animal and the machine**, Wesley, Reading, 1948

WEBER, Max. **A ética protestante e o espírito do capitalismo**. 12ª ed., São Paulo: Pioneira, 1997