

“Création et Internet”: as leis na França e no Brasil contra a pirataria e a mobilização interativa.

Prof. Dr. Dario de Azevedo Nogueira Júnior¹
Universidade Federal do Espírito Santo- UFES

Resumo

Este artigo propõe a reflexão do experimento, a partir da aprovação de leis específicas contra a *pirataria*, de restringir a troca de arquivos na rede entre os usuários. Colocando em evidência que a comunicação está cada vez mais interativa e segmentada, e que, portanto o indivíduo constrói frequentemente na Internet as suas próprias conexões involuntariamente da supervisão estatal, ou do controle das empresas da mídia.

Palavras-chave: Comunicação; mobilização interativa; *pirataria*.

Résumé

L'article propose s'il est possible de l'adoption de lois restreignant l'échange de fichiers entre utilisateurs sur le réseau *Web*. Mettre en évidence que la communication est plus interactive et ciblée. Et que, par conséquent, l'individu construit souvent dans leur propre connexion Internet involontairement le contrôle l'état ou des sociétés dans les medias.

Mot-clé: Communication; mobilisation interactif; *piraterie*.

Abstract

This article proposes a reflection of the experiment, from the adoption of specific laws against piracy, to restrict the exchange of files between users on the network. Highlighting that communication is increasingly interactive targeted, and that therefore the individual constructs often in their own Internet connections involuntarily from state supervision or control of media companies.

Keywords: Communication; interactive mobilization; piracy

¹ Professor do Dep. de Ciências da Informação- UFES e Doutor em Ciências da Informação e comunicação pela Universidade Panthéon- Assas (Paris II) email: dazevedojr@yahoo.com.br

Direitos autorais uma polêmica na realidade virtual

O parlamento francês aprovou recentemente, uma lei que permitiria as autoridades rastrear *downloads* ilegais na internet e cortar a conexão de quem transgredisse as regras. Isto gerou manifestações contrárias e favoráveis à lei *Création et Internet ou Hadopi*², colocando em evidência um dos grandes paradigmas enfrentados pela indústria da mídia atualmente, que é a velocidade da distribuição em rede dos seus produtos e a descentralização da informação. O que paradoxalmente, não traduz, aparentemente neste momento, aos anseios do mercado multinacional das empresas de mídia, uma vez que certamente o número de espectadores aumentou exponencialmente e, por conseguinte o que era um dos maiores objetivos do mercado da comunicação em ter o público consumidor ampliado, agora esbarra em um efeito inerente as novas tecnologias - “a pirataria”.

Podemos constatar que, neste início de século XXI, a informação está cada vez mais globalizada, e com uma nova fórmula - interativa e segmentada. As corporações mudam suas estratégias de marketing, em conformidade com a rede mundial, propiciando uma interatividade *on-line* entre os consumidores forçando as empresas a se tornarem mais abertas. As agremiações políticas concorrem com indivíduos que lançam nas comunidades virtuais temas variados. O Estado também sofre transformações na sua conduta de controle social. Então, poderíamos indicar que mudamos de uma *sociedade de massas* para uma nova ordem de informação? A lei seria capaz de acabar com uma característica cultural do gratuito na rede? E os indivíduos estariam agindo, mesmo que desorganizadamente, ao contrário da lógica de massas buscando a informação descentralizada, ou seria uma nova forma de ação do *mass media*? Estes são alguns dos aspectos para esta proposta reflexiva.

Evidenciando o conceito de *comunicação de massas*, Wolf (1987), indica que o surgimento das teorias da sociedade de massa representa um dos primeiros momentos do esforço da doutrina para compreender a influência dos meios de comunicações junto ao grande público. O interesse dos estudiosos, deste período, centrava-se no entendimento dos aspectos psicológicos das ações coletivas, sendo que um tema central se destacava – o da propaganda. Para estes autores, a comunicação da mídia atuaria

² O texto da lei foi aprovado pelo Senado francês em 13 de maio de 2009, e em junho deste mesmo ano, o Conselho Constitucional Francês, órgão jurídico mais elevado da França, derrubou a proposição de desconexão para usuários que fossem pegos baixando conteúdos protegidos por direitos autorais.

como estímulo sobre os indivíduos receptores e que de uma forma passiva aceitariam as informações constituindo desta maneira uma massa de consumidores da propaganda comercial ou até mesmo política.

Lasswell, um dos expoentes das teorias de massa nos anos de 1940, estudou os efeitos das mensagens da propaganda, o papel do comunicador e do receptor. Estes estudos corroboraram para que a noção de cultura de massas passasse a ter uma importância bastante apreciável na lógica do consumo industrial levando em consideração que, das prerrogativas do mercado, a “possibilidade” de cultura em direção a um grande público cruza uma dimensão de consumo até então sem distinção. Pelo menos, se é que podemos denominar assim, este foi o ideal concebido por alguns espíritos “generosos” que concebiam a lógica do mercado industrial dos anos 1930, seguido pelos neoliberais dos anos 1950. No entanto, esta mesma dinâmica de estrutura social, também criou um antagonismo em escala global - o poder de compra do consumidor, reforçando por sua vez, castas sociais e culturais.

A partir dos anos 1990, como indica Gohn, “o debate sobre as teorias de massa tomou outros rumos devido às novas tecnologias de comunicação. Passa-se a falar mais em termos de cultura das mídias, cibercultura dentre outras. Há uma desocialização da cultura de massa e uma separação entre cultura e economia” (GONH, 2000, p. 45). Para Touraine, “a cultura de massa penetra no espaço privado, ocupa uma parte dele e, como reação, reforça a vontade política e social de defender uma identidade cultural, o que conduz ao recomunitarismo” (1997, p.12), ou seja, a globalização proporciona um movimento oposto levando os grupos minoritários, através das novas redes de comunicação interativa como o celular, a internet e outras ferramentas a afirmarem as suas identidades e a reduzir as suas relações com o resto da sociedade - transformando um sistema de sociedade de massas para uma sociedade segmentada. No entanto, isto não significa que estejamos em uma sociedade mais igualitária a partir das novas tecnologias, mesmo com toda a possibilidade de se criar um espaço de conflito, de informação e distribuição em rede, pois como Mafessoli evidencia:

“É óbvio que, apesar de todas as precauções, (“igualdade proporcional”, por exemplo), estamos longe do igualitarismo (...) Não é menos verdade que encontramos neste travejamento cultural ao mesmo tempo uma solidariedade real, ainda que limitada ao grupo ou, pelo menos, ao que é próximo, e uma maneira de viver o antagonismo”. (MAFESSOLI, 1998, p.161).

O que gostaria de suscitar ao debate é que, neste início do século XXI, as expectativas da concepção de uma sociedade de massas, agora com as novas tecnologias de comunicação, opõem-se com o desmentido do fato de que não há um público, mas vários públicos. E que sobre tudo, o *indivíduo/público* tem a possibilidade de interação, formação e informação entre si independentemente da gerência do Estado ou de uma grande empresa de mídia. Ou seja, a informação não esta centralizada nem estandardizada estamos na era da *cibercultura* na qual a mídia não surge apenas como obra maquiavélica de controle sobre a sociedade, como nas teorias de *comunicação de massa*, mas um organismo cultural, social, econômico e político, intrínseco a sua característica tecnológica de ser um canal de comunicabilidade interativo que vai além do controle social.

Suscitar a aprovação da lei “*Hadopi*” contra a *pirataria* na França, entre outros aspectos, reforça a tese de que já estamos na era da sociedade interativa, devendo levar em consideração, que agora, em muitos casos, não é mais o poder de compra que determina quem terá acesso ao produto em rede, mas sim quantos milhões de pessoas iram disponibilizar o produto multimídia sem pagá-lo. É o que reforça o quão é antagônica a determinação do parlamento francês, trazendo também como consequência a discussão, a obvia constatação de que a propriedade intelectual e as informações podem ser distribuídas por um indivíduo a vários grupos ao redor do planeta e reproduzidas infinitamente. Assim, uma lei seria suficiente para barrar esta “distribuição”? Ao que parece não.

A este propósito, verificando que a *pirataria* seria algo inerente ao *cibermercado*, gostaria de citar dois autores em momentos distintos, mas que nos dão alguns indícios para provocar esta discussão. O primeiro, Pierre Levy, no capítulo originalmente sugestivo intitulado a “*Informação e conhecimento: consumo não destrutivo e apropriação não exclusiva*”;

“Ora, os novos recursos chaves são regidos por duas leis que tomam pelo avesso os conceitos e os raciocínios econômicos clássicos: consumi-los não os destrói, e cedê-los não faz com que sejam perdidos (...) Na verdade, vivemos já mais ou menos sob esse regime, mas continuamos a nos servir dos instrumentos doravante inadequados da economia da raridade” (LEVY, 1997, p. 55- 56).

A partir desta premissa teórica de Levy, é possível sugerir que a aplicação de regulamento aliado aos interesses da economia de mercado não seria totalmente suficiente para controlar o compartilhamento e a redistribuição de informações na rede,

até o momento, haja vista que os indivíduos dessa nova sociedade já começam a perceber a possibilidade de desenhar um novo modelo de comunicação a partir da web, que substitua o modelo clássico. Neste sentido, a segunda ponderação a que faço referência é o trabalho de Manson (2008) observando que a cultura da redistribuição em rede abre uma nova possibilidade social, não somente das informações que são produzidas no espaço virtual, mas a partilha da produção material estaria mais próxima dos cibernautas, sem necessariamente o conhecimento do autor-produtor.

Alguns fatos e dados reforçam esta nova prática social no cotidiano dos usuários da Internet, como o ranking dos países com o maior número de arquivos ilegais. De acordo com o Blog especializado em tecnologia Infoescravo, em 2007, a Espanha ocupava o primeiro lugar dos países com o maior tráfego de arquivos ilegais ou piratas, seguida por Itália e França. O Brasil ocupava a sexta posição, atrás do Reino Unido. Isto denota o que Castells observa como marca cultural que “as próprias mensagens carregam os atributos da rede, de penetrabilidade, descentralidade e flexibilidade” (CASTELLS,1999, p. 381). No entanto, Castells também acredita que “essa evolução para as formas de gerenciamento e produção em rede não implica o fim do capitalismo (...) Mas esse tipo de capitalismo é profundamente diferente de seus predecessores históricos” (1999, p.499).

De uma maneira bastante incomum entre os defensores da distribuição de dados livres na Internet, Manson, também não considera que a pirataria seja o fim do capitalismo, ao contrário. Ele crê que a distribuição e compartilhamento livre de dados, legal ou ilegal, oferece novas possibilidades além do mercado tradicional. Para o autor, está emergindo um ótimo modelo de negócios, que irá despontar a uma nova linhagem de capitalismo, onde a produção em larga escala subsiste, mas de forma mais democrática, a que ele denomina de “capitalismo punk”.

Este “efeito colateral” da comunicação interativa demonstra que os sujeitos, estão criando uma comunicação horizontal com o mercado e com grupos de interesse. Neste propósito Dertouzos (1997) argumenta que essa tendência não é percebida somente na mídia, mas a indústria começa a atender as necessidades do público de forma individualizada.

Direitos autorais e o gratuito

Dito isto, ainda há que se ressaltar alguns aspectos entre direitos autorais e a pirataria nos dias atuais. Um dos grandes problemas de mercado, enfrentado pela indústria cinematográfica e da música, é a velocidade da distribuição entre os

Internautas ou vendedores ambulantes que reproduzem inúmeras cópias e comercializam a um preço simbólico se comparado aos das cópias originais, o que é muito comum nas ruas de qualquer cidade do Brasil. Um lançamento de filme chega aos “camelôs” quase que simultaneamente com o cinema, graças aos equipamentos que podem ser considerados hoje como domésticos. A tecnologia propicia aos usuários estabelecerem trocas de arquivos independentemente da autorização e do conhecimento do proprietário. Ao mesmo tempo, o número de pessoas que passam a ter contato com a obra é muito maior. Demonstrando desta maneira, que o cerne da questão, ao que parece para as companhias, é como fazer com que os produtores recebam os direitos autorais das cópias, e não que as pessoas estejam distribuindo as obras ao maior número de pessoas. Para tanto, Vianna argumenta:

“Historicamente, a preocupação com a tutela dos direitos de autores de obras intelectuais é bastante recente. Na Antiguidade e na maior parte da Idade Média as dificuldades inerentes aos processos de reprodução dos originais, por si só, já exerciam um poderoso controle da divulgação de idéias, pois o número de cópias de cada obra era naturalmente limitado pelo trabalho manual dos copistas.

Com a invenção da imprensa, os soberanos sentiam-se ameaçados com a iminente democratização da informação e criaram um ardiloso instrumento de censura, consistente em conceder aos donos dos meios de produção dos livros o monopólio da comercialização dos títulos que editassem, a fim de que estes, em contrapartida, velassem para que o conteúdo não fosse desfavorável à ordem vigente.

Esta perversa simbiose entre o poder dominante e os donos de meios de produção de livros não visava tutelar qualquer direito de autor, mas tão-somente garantir o monopólio de reprodução das obras, daí por que foram chamados de *copyright* (direito de cópia).“ (VIANNA, 2006, p. 934).

O autor, em seu artigo, orienta que o tema dos direitos autorais tem um cunho histórico uma vez que, “a propriedade intelectual remonta, às origens do sistema capitalista, quando, por pressão dos autores de obras intelectuais, toma-se por propriedade um ente incorpóreo que em rigor é “trabalho intelectual” (2006, p. 935). Vianna, ainda ilustra a essência da discussão na atualidade quando lança mão de dois exemplos:

“Um proprietário de um apartamento, por exemplo, tem interesse no uso exclusivo do imóvel, pois é evidente que não se sentiria confortável com a

presença de pessoas estranhas em sua sala, cozinha ou banheiro. Já o autor de um livro ou o compositor de uma música tem justamente o interesse oposto. (...) Por fim, somente ao proprietário cabe o direito de alienar (doar, permutar ou vender) a coisa, pelo óbvio motivo de que ao fazê-lo perderá os direitos de dela usar e fruir. O autor, porém, nada perde com a cópia da sua obra. Pelo contrário, quanto mais pessoas lerem seus textos, ouvirem sua música e apreciarem a sua arte, tanto mais reputação ganhará na sociedade. A obra intelectual, como seu próprio nome indica (lat. *opèra,ae* ‘trabalho manual’), não é, pois, uma espécie de propriedade, mas simplesmente “trabalho intelectual”. (VIANNA, 2006, p.935)

Este contexto demonstra o que as novas tecnologias vêm acendendo para as práticas sociais do agora. Pois, apesar de termos a possibilidade de compartilhamento de idéias, um texto etc., para alguns, o que vale é restringir a distribuição em “prol” dos direitos autorais. Mas, independente da norma, os usuários já praticam a troca de dados, legal ou ilegalmente. Neste sentido, alguns estudiosos sugerem que impreterivelmente a informação na rede marcha para o gratuito.

Esta polêmica é motivo de reflexão para Levy:

“A solução que parece delinear-se para o problema da economia do virtual e do atual é a seguinte: o bem virtual seria contabilizado, traçado e representado, mas gratuito, inteiramente livre para circular sem obstáculos e para se misturar a outros bens virtuais. O preço da atualização seria indexado conforme o contexto corrente, dependendo do ambiente e do momento. Esse valor poderia ser fixado cooperativamente por grupos de usuários em mercados livres ou Bolsas da informação”. (LEVY, 1997, p. 67).

O autor destaca a prática do gratuito como algo a ser analisado, pois segundo ele, “As instituições e profissões fragilizadas pela desintermediação e o crescimento da transparência só poderão sobreviver e prosperar no ciberespaço efetuando sua migração de competências para organização da inteligência coletiva e do auxílio a navegação”(1997, p. 63).

Cris Anderson, proponente da teoria da cauda longa, em artigo recente em uma revista brasileira, também indica que o futuro das informações na rede será livre. O autor exemplifica vários produtos que são ofertados na perspectiva do gratuito e que, segundo ele, existem dois modelos de “free”, os produtos que são palpáveis e outros que existem digitalmente. “Em sua forma física, os produtos gratuitos são basicamente um truque de marketing. Para os digitais, o free é um modelo econômico imbatível”. E conclui: “Se um produto pode ser concebido digitalmente, ele pode ser gratuito. E não

se trata de truque” (ANDERSON, 2009, p. 91). Para tanto, Anderson considera que a Internet é uma fonte de armazenamento de dados inesgotável. E que graças a isso, no futuro, mais serviços serão gratuitos. Ele ainda avalia, que a crise econômica estaria mudando a fonte de renda do modelo “free” para o “freemium”, que seria a oferta de um produto básico gratuitamente e cobra-se pela versão mais atualizada ou com mais recurso.

Algumas empresas já começaram a ser render ao “gratuito” e a ganhar muito dinheiro com isto. A grande representante desta prática é a Google. Entre os muitos serviços livres que a companhia oferece foi criado o “google docs” em 2007, o site disponibiliza livremente um pacote de programas de edição de texto, planilhas eletrônica, apresentação de slides entre outras tantas opções. Em contra partida a empresa passa a ter mais informações dos seus usuários podendo ter uma receita maior na venda de propagandas.

O presidente da Microsoft, Steve Ballmer, em palestra na Universidade de Stanford em 2008, proferiu que o desenvolvimento de softwares para disponibilizar livremente na rede é muito importante. E indicou que em um futuro próximo as ferramentas como Word, Excell e PowerPoint circulariam livremente na Web. O pagamento virá por conta da publicidade que flutuará no ambiente de trabalho.

Então, como explicar que as empresas comecem a seguir a lógica do gratuito o que seria diametralmente oposto à luta destas grandes corporações *a pirataria*? Em face desta dicotomia lanço mão das observações do professor Francis Balle:

“Avant toute autre chose, les médias recherchent le profit: ils voudraient que tout se vende, que tout s`achète. Pour atteindre leur objectif, ils s`emploient repondre aux attentes de leurs “clients”, ils cherchent avant tout à plaire et séduire. Le marché, c`est ce qui marche; la concurrence quant à elle, ne permet que de laisser le dernier mot aux clients. Que le meilleur gagne! Tel est l`adage populaire” .(BALLE,2000, p. 113).

O brasileiro e a interatividade em rede.

No caso específico do Brasil, com tantas disparidades sociais e culturais, algumas pesquisas de campo demonstram a evolução da comunicação on-line. De acordo com os dados da empresa de consultoria IDC, associando o uso de computadores a Internet, os brasileiros aparecem no topo da pesquisa com internautas residenciais de dez países que mais horas passam conectados a rede. O estudo realizado em maio de 2008 apresenta os usuários no Brasil com um total em média de vinte e três horas e

quarenta e oito minutos à frente de alemães (vinte horas e onze minutos), americanos (dezenove horas e cinquenta e dois minutos) e franceses (dezenove horas e cinquenta minutos). Ainda a mesma pesquisa apresenta um crescimento em média de dez por cento na venda de computadores, em relação ao ano anterior ao estudo, dado que mostra a relevância da conexão interativa no país, pois a renda per capita da população em sua grande maioria ainda é muito baixa se comparada a outros países da pesquisa.

Em um outro estudo realizado em setembro de 2008 em cinco países (Estados Unidos, Alemanha, Reino Unido, Japão, e Brasil) pela Deloitte consultoria intitulada “O futuro da mídia: as conexões de um mundo cada vez mais complexo”, que apresentou dados que corroboram com outras pesquisas de campo como: o brasileiro está consumindo três vezes mais horas em atividades na Internet do que assistindo TV; Os downloads de softwares e principalmente músicas, vídeos e livros tem alta incidência na faixa de usuários dos vinte e seis anos a quarenta e dois anos; A televisão é a fonte de entretenimento predileta em todos os países participantes da pesquisa, exceto o Brasil, que aparece com o maior percentual na opção navegar na Internet.

Com relação a serviços gratuitos a pesquisa Deloitte apresenta índices bastante reveladores no que concerne à receptividade do consumidor brasileiro as mensagens como informação ou conteúdo gratuito para setenta e três por cento dos entrevistados. O estudo ainda indica que noventa e dois por cento dos investigados no Brasil fazem downloads de música na rede e setenta e seis por cento assistem a filmes e vídeos em geral.

Em estudo realizado com universitários da cidade de São Paulo, Gisela Castro, verifica que “apesar das campanhas movidas pela indústria fonográfica que visam criminalizar o download gratuito, esta continua sendo prática corriqueira entre esses jovens”. (CASTRO, 2007, p.73) A professora também informa no seu artigo que para os entrevistados o exercício de baixar arquivos não é considerado propriamente um crime, tendo se tornado uma prática normal na cultura atual.

Outro componente de relevância da relação do internauta brasileiro ao acesso a rede é que em face da diversidade cultural, social e da extensão do país, existe uma parcela considerável dos usuários que não acessam a rede a partir de computadores residenciais. O Centro de Estudo sobre as Tecnologias da Informação e Comunicação (CETIC), indica que o uso de lan-houses tem grande importância na relação do grande público com a Internet, em especial nas classes sócio-econômicas menos favorecidas dos grandes centros urbanos e na área rural do país.

É necessário ainda citar a Tecnologia Assistiva, área que engloba práticas e serviços para a atividade e a partição de pessoas com deficiência. De acordo com Áurea Lopes (2009) o estado mais avançado nesta metodologia é São Paulo, que através de trezentos e dez telecentros disponibiliza instalações adaptadas para receber os portadores de deficiência física, o que proporciona a inclusão digital somente na capital paulista, de pelo menos meio milhão de pessoas.

Todos estes dados servem para ilustrar que mesmo um país com tantas diferenças a Internet é uma realidade da prática cotidiana em todas as classes sociais. Estas pesquisas também confirmam que o compartilhamento de arquivos em rede é uma realidade no Brasil.

As leis e a mobilização interativa.

A proposição da lei “Création et Internet” já faz escola entre parlamentares brasileiros. O projeto de lei 5.361/09 de autoria de um deputado brasileiro é totalmente inspirando no projeto francês. Pela proposta do parlamentar brasileiro, o pilar da medida repressiva seria o de restringir o acesso aos usuários que fizerem downloads ou compartilhamento de arquivos de obras protegidas pelo direito autoral e a medida não seria nem mesmo precedida de ordem judicial, dando amplos poderes ao provedor que teria autonomia para desconectar o internauta.

Um outro projeto, que já está em tramitação no parlamento brasileiro, conhecido pelos manifestantes contrários ao projeto de “AI-5 Digital”. Segundo o site “Cultura livre”, o texto da lei poderá transformar provedores de acesso em centros de espionagem e delação, além de favorecer interesses privados de bancos e outros.

Em relação à lei “Hadopi ou Création et Interne”, o Conselho Constitucional da França julgou inconstitucional alguns dispositivos da lei francesa. Entre os argumentos do Conselho para vetar a lei: que a liberdade de comunicação e de expressão é direito fundamental protegido pela Declaração dos Direitos do Homem e do Cidadão de 1789. Atualmente, dada a importância da Internet para a aquisição de informação e para a plena democracia, deve-se garantir o livre acesso a rede; Outro aspecto é que a lei permitia ao órgão Hadopi a possibilidade de restringir o acesso dos usuários, sem apreciação judicial o que foi considerado inconstitucional; e por fim, a Declaração dos Direitos do Homem e do Cidadão concede a presunção de inocência a todo o indivíduo. No texto da lei, o ônus da prova caberia ao acusado, pois o usuário da Internet cujo IP

fosse identificado deveria provar que a ação não foi executada por ele, o que daria margem a culpabilidade presumida, algo que fere a Declaração.

Mas, o que essas três leis teriam em comum para o nosso estudo? A relevância é que todas as proposições causaram uma mobilização em rede.

Neste sentido, Rheingold (2003), introduz o conceito das “multidões inteligentes”, abalizado na idéia de que a evolução das tecnologias de comunicação está proporcionando as pessoas uma capacidade de mobilização coletiva. Para ele, estas mobilizações são constituídas por pessoas que mesmo sem se conhecerem agem em grupo, e isto se daria não somente pela Internet sob a forma de páginas virtuais, mas também o uso de softwares de compartilhamento de arquivos, fóruns e o uso de aparelhos sem fio, como celulares e computadores de mão.

Tanto no Brasil quanto na França foi possível constatar esta mobilização. Os ativistas franceses, contrários à lei, fizeram várias manifestações na rede e indicavam que os internautas poderiam usar hotspots públicos e endereços de IP mascarados para driblar a vigilância. No Brasil, a mobilização também é “visível”: abaixo-assinado virtual contando com milhões de assinaturas que parte de uma crescente reação a estes projetos, troca de e-mails e discussões on-line e outras tantas manifestações organizadas desta maneira. O que demonstra uma nova maneira de se fazer política, pois possibilita ao individuo uma capacidade de organização comunicacional com vários grupos. Neste rumo, Dario Nogueira Junior (2003), considera que não somente as empresas de mídia teriam a capacidade de agendar os temas a serem debatidos pela opinião pública, mas os movimentos sociais notoriamente o teriam, e que, com o surgimento das novas tecnologias de comunicação coloca o individuo comum, independentemente de afiliação partidária ou sindical, também ao patamar de ser um agente propositivo de temas a serem discutidos pelas pessoas.

Considerações Finais

As experiências dos usuários e os conteúdos gerados vêm tornando a comunicação mais reflexiva e aberta. Sendo inegável a construção de uma “inteligência coletiva” na rede. A informação continua com seu valor ideológico e cultural, mas o peso da opinião individual acende a cada dia a possibilidade da mobilização entre os conectados. O que se não é suficiente para derrubar uma lei é no mínimo objeto de estudo acadêmico.

Um outro aspecto importante a ser considerado, se o gratuito estremece as bases da indústria cultural ou se já é uma característica eminente da pós-modernidade? Ao que parece, às redes de relacionamento, sites e outros continuaram a existir potencializando o compartilhamento das informações e esta é uma forma de interação que já está bastante arraigado nos valores da sociedade contemporânea.

REFERÊNCIAS

- ANDERSON, C. O futuro é grátis. **Galileu**, São Paulo, n.215, p. 9, jun. 2009.
- BALLE, F. **Les Médias**. Paris: Flammarion, 2000.
- CASTELLS, M. **A sociedade em rede**. Vol. 1 São Paulo: Paz e Terra, 1999.
- CASTRO, G. "Não é propriamente um crime": considerações sobre pirataria e consumo de música digital. **Comunicação, Mídia e Consumo**, São Paulo, v. 4, p. 73-88, 2007.
- CETIC. Disponível em <<http://www.ctic.br>> acesso em 10 jun. 2009.
- DERTOUZOS, M. **O que será**: como o novo mundo das mídias transformará nossas vidas. São Paulo: Cia das Letras, 1997.
- DELOITTE. Disponível em: <<http://www.deloitte.com/dtt/cda/doc/content/Mundo%20Corporativo%2024%20-%20final.pdf>> acesso em 10 jun. 2009.
- GOHN, M. G. **Mídia, Terceiro setor e MST**: impacto sobre o futuro das cidades e do campo. Petrópolis, RJ: Vozes, 2000.
- GOOGLE DOCS. Site de programas gratuitos.<<http://www.google.com/docs>> Acesso em 25/06/ 2009.
- IDC. Disponível em:<http://www.idclatin.com/news.asp?ctr=bra&year=2009&id_release=1507> acesso em 10 jun. 2009.
- LEVY, P. **O que é o virtual?** São Paulo: Ed. 34, 1997.
- LOPES, P. Sim, nos podemos. **A Rede**, São Paulo, ano 5 n. 48 p. 10-14, jun. 2009.
- MAFFESSOLI, M. **O tempo das tribos**: o declínio do individualismo nas sociedades de massa. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1998.
- MARQUES, J. Países com maior tráfego de arquivos ilegais. **Infoescravo**, São Paulo, 15 maio 2009. Disponível em: <mhtml:file://C:\Users\dario\Desktop\Países com maior tráfego de arquivos ilegais ou piratas.mht!http://teteraconsultoria.com.br/blog/paises-com-maior-trafego-de-arquivos-ilegais-ou-piratas/> Acesso em 10 jun. 2009.
- MASON, M. **The Pirate's Dilemma**. New York: Free Press, 2008.
- NOGUEIRA JUNIOR, D. A. L'Interférence dès mouvements sociaux dans l'ordre du jour dès médias: le cãs du mouvement des sans terre au Brésil entre avril 1996 et avril 1997. Tese de doutorado defendida na Universidade Paris II, 2003.
- RHEINGOLD, H. **Smart Mobs: the next social revolution**. E.U.A; Basic Books, 2003.
- TOURAINÉ, A. **Podremos vivir juntos?** Buenos Aires, Fondo de Cultura Econômica, 1997.

VIANNA, T. L. A Ideologia da Propriedade Intelectual: a inconstitucionalidade da tutela penaldos direitos patrimoniais de autor. **Anuario de Derecho Constitucional Latinoamericano**, Uruguay, Tomo II, Mastergraf, 2006.

WOLF, M. **Teorias da Comunicação**. Lisboa: Editorial Presença, 1987.