

Cultura de compartilhamento:

as transformações da comunicação através das novas tecnologias

Liana Gross Furini*

Resumo

Neste trabalho, aborda-se o compartilhamento de arquivos pela internet com base nas teorias empíricas e nas teorias de interação e colaboração criadas por Juliano Spyer e Raquel Recuero. A popularização das tecnologias digitais deu aos usuários domésticos o poder de produzir conteúdo. Esse aspecto, somado à facilidade de distribuição trazida pela internet, influenciou na criação de uma cultura na qual compartilhar conteúdo é muito importante, mas também acabou por influenciar no surgimento de materiais piratas.

Palavras-chave: *Compartilhamento. Internet. Tecnologias digitais. Pirataria.*

* Mestre em Comunicação Social Pelo PPGCOM/PUCRS. Professora dos cursos de Publicidade e Propaganda da Famescos/PUCRS e FACCAT.

Introdução

De acordo com as teorias empíricas, o padrão emissor -> receptor, visto como uma via de mão única na teoria hipodérmica, dando plena autoridade ao emissor, não é mais verdadeiro. As teorias empíricas entendem que o fluxo de informação tem uma via de mão dupla, tirando do receptor a imagem de um ser passivo. Acredita-se, a partir de então, que o receptor também é responsável pelo conteúdo produzido.

Trazendo esse conceito para os meios digitais e, mais precisamente, para a internet, podemos afirmar, primeiramente, que todos os produtores de internet são, também, seus usuários. Eles é que alimentam a rede e “termin[ar]am por configurar a sua utilização numa relação estabelecida com base na otimização da cooperação, tanto em nível local quanto internacional” (LEITE; JANOTTI JUNIOR, 2010, p. 248). A cooperação, segundo Recuero (2009, p. 81), “é o processo formador das estruturas sociais”.

A internet possibilitou que grupos conversassem com outros grupos e obtivessem *feedbacks* rapidamente. Baseando-se nessa ideia, Spyer (2007) lançou a teoria de interação e colaboração nos meios digitais. Para o autor, “a internet é uma mídia diferente das outras porque possibilita a comunicação simultânea e de duas vias entre várias pessoas” (SPYER, 2007, p. 21). Ela carrega a possibilidade de interação do telefone e também o grande alcance da televisão. Na FIG. 1, mostra-se como a comunicação se dá no telefone (1), na televisão (2) e na internet (3).

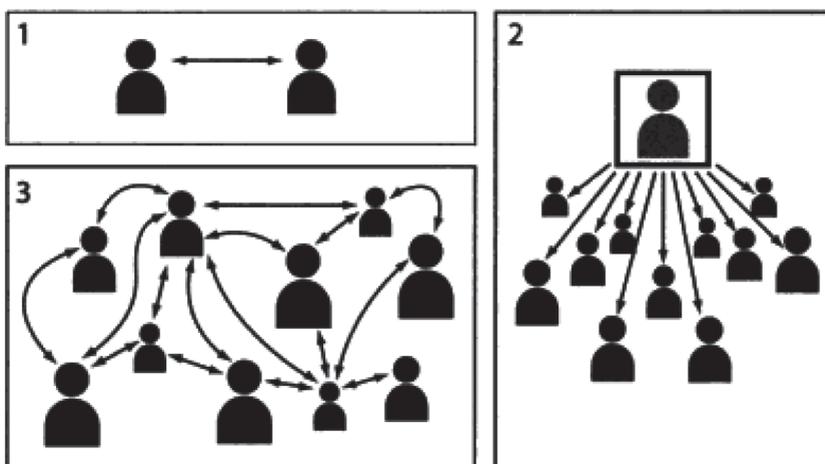


FIGURA 1 – Processo de comunicação pelo telefone pela televisão e pela internet.
Fonte: SPYER, 2007, p. 21.

No mesmo sentido, Lemos (2002, p. 73) pontua que “as novas tecnologias de informação devem ser consideradas em função da comunicação bidirecional entre grupos e indivíduos, escapando da difusão centralizada da informação massiva”.

Os próprios estudos das teorias da comunicação, muitas vezes, desdobram-se em abordagens de aspectos emergentes das indústrias culturais focadas nas transformações dos polos da emissão/recepção, que vêm ocorrendo, a partir das reconfigurações do consumo de bens culturais e das possibilidades oferecidas com o desenvolvimento das novas tecnologias. (LEITE; JANOTTI JUNIOR, 2010, p. 235)

Lemos (2002, p. 123) explica que a internet criou “uma revolução sem precedentes na história da humanidade. Pela primeira vez o homem pode trocar informações, sob as mais diversas formas, de maneira instantânea e planetária”. A possibilidade e a facilidade de trocar informações e compartilhar conteúdo criou uma cultura de compartilhamento nesse meio.

Produção e circulação de conteúdo independente

As produções audiovisuais passaram por grandes mudanças a partir do surgimento das novas tecnologias. Antes delas, a circulação das produções videográficas era, em sua maioria, direcionada a locais de grande público, como salas de cinema e festivais. Nesses espaços, o suporte usado para exibir as obras era caro e ainda havia a necessidade de profissionais capacitados para operá-los. Atualmente, sites de transmissão de conteúdo audiovisual, como o YouTube, funcionam de forma muito parecida com a de um banco de imagens digitais. Da mesma forma que os bancos de imagem, eles são conhecidos pela excelência na distribuição desses materiais audiovisuais:

No campo da produção, a redução de custos e a facilidades de convergência entre os formatos e suportes digitais aumentaram as produções caseiras, ao mesmo tempo em que permitiu uma maior abrangência de realizadores (e conseqüente profissionalização) na área. (LEITE; JANOTTI JUNIOR, 2010, p. 245)

Desse ponto de vista, a internet é, ao mesmo tempo, tecnologia que age como base para o armazenamento do conteúdo, meio de mercado de circulação das obras e meio de interação social, entregando para os

próprios usuários da rede a tarefa de disseminar informação. A internet, assim,

sugere um horizonte mais democrático da produção e circulação de conteúdos, além de apontar uma via alternativa à lógica do consumo, através das indústrias culturais, na medida em que esse aspecto, certamente, muda as possibilidades de oferta de conteúdo e de transversalidade entre os polos da emissão e recepção. (LEITE; JANOTTI JUNIOR, 2010, p. 241)

Esse ambiente democrático é o que Castells (2003, p. 285) chama de “comunicação horizontal, de cidadão a cidadão”. Segundo o autor, isso significa que cada usuário tem a liberdade e o poder de criar o seu próprio sistema de comunicação dentro da rede.

A internet e a cibercultura

As tecnologias digitais e, principalmente, a internet foram grandes influenciadoras na criação de uma cultura na qual compartilhar conteúdo é muito importante. Tietzmann e Pase (2008), dizem que a internet alterou a forma como o conteúdo era publicado e difundido, haja vista que, nesse ambiente, cada indivíduo faz parte do diálogo e é participante ativo de cada etapa do processo. Partindo desse pressuposto, receptores de conteúdo se tornam também emissores no momento em que compartilham seu conteúdo, convergindo com o que diz a teoria empírica. Lévy (2007, p. 62) pontua que o uso da informática comunicacional como meio social ajuda as pessoas a “reunir suas forças mentais para constituir coletivos inteligentes e dar vida a uma democracia em tempo real”. Nesse sentido, Castells (2003, p. 255) acredita que a internet “é mais que uma tecnologia. É um meio de comunicação, de interação e de organização social”.

Para falar da cultura de compartilhamento e o espaço onde isso acontece, é importante definir conceitos de cibercultura e ciberespaço. Rüdiger (2011, p. 291) define “cibercultura” como o “conjunto de práticas e representações que surge e se desenvolve com a crescente mediação da vida cotidiana pelas tecnologias de informação e, assim, pelo pensamento cibernético e a civilização maquinística, apareceu como termo nos anos 1960”. O mesmo autor define o “ciberespaço” como

espaço criado artificialmente pela convergência entre o mundo online gerado pelas redes telemáticas e as projeções digitais e imaginárias dos sujeitos que, direta ou indiretamente, interagem

por seu intermédio, deve seu nome à obra do escritor William Gibson. (RÜDIGER, 2011, p. 291)

O conceito de cibercultura surge em meio à popularização das tecnologias digitais e da internet, porém “o surgimento da cibercultura não é só fruto de um projeto técnico, mas de uma relação estreita com a sociedade e a cultura contemporâneas” (LEMOS, 2002, p. 28). Nicholas Negroponte, Fundador do Laboratório de Mídia do Massachusetts Institute of Technology (MIT), entra em acordo com a ideia de Lemos. Segundo Rüdiger (2011, p. 25), Negroponte acredita que o desenvolvimento das novas tecnologias de informação “acarreta o surgimento de uma nova forma de vida, muito mais do que uma mera revolução tecnológica”.

Compartilhamento de conteúdo e pirataria

Atualmente, é impossível falar de compartilhamento de arquivo sem remeter à questão da pirataria. A digitalização dos processos envolvidos, somada à difusão da internet apontada por Gilder (2001) e Castells (2008), facilitou a circulação das obras e fomentou um meio alternativo. Gerbase (2007, p. 2) destaca que “o espectador atua à margem do sistema e obtém o que quer baixando conteúdos disponíveis na rede, ou comprando uma cópia clandestina [...]”. Essa comunicação de muitos para muitos – bem diferente das mídias tradicionais, nas quais a comunicação acontecia de um para muitos –, em que se criou um espaço no qual qualquer pessoa podia ser um produtor de conteúdo, caracteriza a *Web 2.0*. (TIETZMANN; PASE, 2008)

Pirataria é definida por Segrave (2003) como o uso ou a reprodução e distribuição não autorizada de uma obra. A internet, ao mesmo tempo que trouxe um repositório infinito de atrações, também pode ser apontada como um espaço de prática de atividade ilícitas favorecida pela tecnologia. Autores como Lessig (2005) e Yar (2008) apontam que a *indústria do copyright* tenta criminalizar as práticas de pirataria a partir das leis de direito autoral. Essas leis desafiam e criminalizam práticas de pirataria e roubo de direitos autorais, principalmente com relação ao uso da internet (YAR, 2008, p. 605). Segundo Mattelart (2009, p. 313), alguns autores consideram que a pirataria foi muito importante na apropriação do vídeo na sociedade. Desse ponto de vista, foi a comercialização informal que fez com que a tecnologia se tornasse cada vez mais acessível.

O conceito de pirataria se refere à apropriação não autorizada de produtos ou serviços que estejam sob resguardo de direitos autorais.

Esses produtos ou serviços podem ser relativos a obras audiovisuais, músicas, roupas, softwares, aparelhos eletrônicos ou qualquer outro artigo que tenha a possibilidade de ser reproduzido. O acesso a esses materiais piratas pode acontecer por meio de profissionais que buscam monetização com a venda desse material, por provedores de serviço, que dão suporte para que o material seja compartilhado por pessoas que utilizam a rede para trocar conteúdo, ou por consumidores que fazem cópias para uso pessoal, ou para compartilhar com seus familiares e amigos. (AMBROSI; PEUGEOT; PIMIENTA, 2005)

Segundo Lessig (2005), as tecnologias de publicação usadas antes das tecnologias digitais eram caras, então a maior parte delas era comercial. Com relação à internet, o autor acredita que a ela permite que as pessoas possam capturar imagens, mas,

diferentemente de qualquer tecnologia que simplesmente capture imagens, a Internet permite que essas criações sejam divididas com um número extraordinário de pessoas, quase instantaneamente. Isso é algo novo em nossa tradição – não porque a cultura pode ser capturada automaticamente, e obviamente não porque os eventos são comentados de forma crítica, mas porque essa mistura de imagens, sons e comentários pode ser difundida largamente de forma quase imediata. (LESSIG, 2005, p. 62)

A captação e a duplicação de imagens não é novidade quando se fala de pirataria – foi amplamente difundida depois do lançamento do videocassete da Sony, em 1975 (BERGAN, 2006, p. 69) –, mas as tecnologias digitais trouxeram a possibilidade de copiar o material infinitamente, já que a qualidade do material copiado é a mesma do original (LEMOS, 2002, p. 74). A possibilidade infinita de cópias, somada à facilidade de compartilhamento, colaborou para que a internet ficasse tão popular. A internet é o novo grande desafio da indústria. O *download* das obras, a exibição online e o baixo custo de remessa criaram uma realidade por meio da qual as obras passaram a ter um público muito maior, inimaginável em tempos pré-internet. (BERGAN, 2006)

As tecnologias digitais contribuíram para a criação de uma nova forma de consumir mídia. “O uso doméstico e individual, os aparelhos de multimídia, a Internet, a popularização dos computadores são algumas das características destes novos tempos marcados pela variedade de equipamentos culturais” (SELONK, 2004, p. 162). Mesmo que música e vídeo já tivessem sido distribuídos em formatos digitais, fatores como o aumento da capacidade de armazenamento e processamento dos

computadores e a redução do tempo de transmissão dos arquivos por meio dos formatos de compressão e do aumento das bandas domésticas foram muito importantes para o aumento da distribuição generalizada de conteúdo. (TIETZMANN; PASE, 2008)

A teoria funcionalista, criada por Charles Wright em 1964, busca ver a mídia como parte da sociedade e como uma das instituições responsáveis pelo seu equilíbrio (ASSIS, 2011, p. 216). Nesse sentido, acrescenta-se a teoria da “energia maquina”, criada por Lochard (2013), segundo a qual cada indivíduo, em uma sociedade, é responsável por uma parte do trabalho, como uma engrenagem. Se alguma dessas engrenagens que compõem a máquina não cumprir sua função, vai gerar problemas em toda a sociedade, ou seja, vai ser *disfuncional* em vez de *funcional*. Assim é a pirataria com relação à indústria. A indústria trabalha para controlar a produção, a distribuição e a posterior circulação das obras, e, em um movimento contrário, a pirataria entra na etapa da distribuição e cria um canal extraoficial de circulação, tirando parte do controle das obras das mãos das produtoras.

Conclusão

A popularização das tecnologias digitais e dos aparelhos multimídia deu aos usuários domésticos o poder de produção de conteúdo. Como as obras produzidas por usuários domésticos costumam ser independentes e sem dinheiro reservado para divulgação, eles próprios compartilham suas produções e contam com a ajuda de amigos e demais usuários da rede fazendo o mesmo. Isso influenciou fortemente na criação de uma cultura de compartilhamento.

Conforme Castro (2006, p. 3), os usuários têm a percepção de que baixar músicas na internet é como pegar um CD emprestado, e essas práticas não são entendidas por eles como crime, mas como uma forma de compartilhamento entre amigos. A internet, como facilitadora desses processos, tornou natural a troca de conteúdo entre os usuários, o que acabou fomentando um espaço em que a pirataria é vista como apenas mais uma dessas trocas. Nesse caso, fica clara a aplicação da teoria funcionalista. A rede provoca a troca de conteúdo entre seus usuários, o que é funcional, mas, por causa dessa facilidade, criou-se um espaço de troca de conteúdo ilegal, o que é disfuncional.

A internet é um ótimo exemplo de aplicação das teorias empíricas, ao passo que evidencia a figura de um receptor ativo. Na rede, os receptores têm a possibilidade de fazer comentários diretos sobre os conteúdos publicados e, nesse momento, deixam de ser receptores passivos para

interagir ativamente com os emissores e com o conteúdo emitido. Além disso, de acordo com os *feedbacks* dados pelos receptores, os produtores de conteúdo podem alterar ou não o rumo de suas publicações, mostrando mais uma vez a importância da participação dos usuários. Dessa forma, os indivíduos não são mais meros espectadores da mídia; eles agora participam ativamente dela.

A sharing culture: the transformation of communication through new technologies

Abstract

This study addresses the sharing of files through the Internet based on empirical theories and theories of interaction and collaboration created by Julian Spyer and Rachel Recuero. The popularization of digital technologies gave home users the power to produce content. This aspect, coupled with the ease of distribution brought about by the internet, influenced the creation of a culture in which sharing content is important, but also turned out to influence the emergence of pirated materials.

Keywords: *Sharing, Internet, Digital technology. Piracy.*

Referências

AMBROSI, Alain; PEUGEOT, Valérie; PIMIENTA, Daniel (Org.). *Desafios de palavras: encontros multiculturais sobre as sociedades da informação*. São Paulo: C&F, 2005.

ASSIS, Francisco de. Contribuições do funcionalismo e da teoria crítica para os estudos sobre os gêneros jornalísticos. *Logos*, Rio de Janeiro, v. 18, n. 2, p. 215-233, 2011.

BERGAN, Ronald. *Cinema*. Rio de Janeiro: Zahar, 2006.

CASTELLS, Manuel. *A era da informação: economia, sociedade e cultura*. 11. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2008.

CASTELLS, Manuel. Internet e sociedade em rede. In: MORAES, Dênis (Org.) *Por uma outra comunicação: mídia, mundialização cultural e poder*. Rio de Janeiro: Record, 2003.

CASTRO, Gisela G. S. Pirataria na música digital: internet, direito autoral e novas práticas de consumo. *Unirevista*, São Leopoldo, v. 1, n. 3, p. 1-11, 2006.

GERBASE, Carlos. Enxugando gelo: pirataria e direitos autorais de obras audiovisuais na era das redes. *E-Compós: revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação*, Brasília, v. 10, p. 1-20, 2007. Disponível em: <<http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/viewFile/193/194>>. Acesso em: 25 out. 2015.

GILDER, George. *Telecosmo*. São Paulo: Campus, 2001.

LEITE, Fernanda Capibaribe; JANOTTI JUNIOR, Jeder. Reconfigurando as teorias da comunicação: as indústrias culturais em tempos de internet. In: FERREIRA, Giovandro *et al. Teorias da comunicação: trajetórias investigativas*. Porto Alegre: EdiPUCRS, 2010.

LEMOS, André. *Cibercultura: tecnologia e vida social na cultura contemporânea*. Porto Alegre: Sulina, 2002.

LESSIG, Lawrence. *Cultura livre: como a grande mídia usa a tecnologia e a lei para bloquear a cultura e controlar a criatividade*. São Paulo: Trama, 2005.

LÉVY, Pierre. *A inteligência coletiva: por uma antropologia do ciberespaço*. 5. ed. São Paulo: Loyola, 2007.

LOCHARD, Guy. Analyse des dispositifs et des discours médiatiques. In: SEMINÁRIO DO PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO SOCIAL DA PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO GRANDE DO SUL (PPGCOM/PUCRS), Porto Alegre, 2013. *Anais...*, Porto Alegre: Famecos, 2013.

MATTELART, Tristan. *Audio-visual piracy: towards a study of the underground networks of cultural globalization*. Paris: University of Paris VIII, 2009.

RECUERO, Raquel. *Redes sociais na internet*. Porto Alegre: Sulina, 2009.

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

SEGRAVE, Kerry. *Piracy in the motion picture industry*. North Carolina: McFarland, 2003.

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

SPYER, Juliano. *Conectado: o que a internet fez com você e o que você pode fazer com ela*. Rio de Janeiro: Zahar, 2007.

TIETZMANN, Roberto; PASE, André F. Curiosidade e fidelização: blogs como ferramentas de distribuição de conteúdo. In: SEMINÁRIO BLOGS, REDES SOCIAIS E COMUNICAÇÃO DIGITAL, 2. *Anais...*, Novo Hamburgo: Feevale, 2008. v. 1. p. 33-33.

YAR, Majid. The rhetorics and myths of anti-piracy campaigns: criminalization, moral medadody and capitalist property relations in the classroom. London: Keele University, 2008. Disponível em: <http://www.academia.edu/4476347/The_rhetorics_and_myths_of_anti-piracy_campaigns_criminalization_moral_pedagogy_and_capitalist_property_relations_in_the_classroom>. Acesso em: 25 out. 2015.

Enviado em 22 de outubro de 2015.

Aceito em 20 de novembro de 2015.