



Industrias creativas y culturales

Os usuários-produtores: redesenhando o universo de criação e disseminação de conteúdos a partir da ideia de cultura livre

André Pequeno dos Santos

Universidade do Porto
Brasil · pequenoroyale@gmail.com

Resumo: Este artigo tem como objetivo discutir as transformações decorrentes da atividade de apropriação dos meios de produção, dos conteúdos e dos canais de disseminação na criação e distribuição de conteúdos diversos realizados pelos «novos» usuários que cada vez mais são frequentes no universo da internet. O objeto de estudo a partir de então pode ser entendido tanto como o ideal de «cultura livre», em que estas práticas estão inseridas, assim como na ideia subjacente a esta de «domínio público», por sua vez reordenado a partir das novas manifestações culturais dos sujeitos/produtores de conteúdo na internet. O trabalho se constitui de uma breve síntese teórica, destacando elementos que permitam compreender o desenvolvimento deste novo universo de produção cultural, de cooperatividade, coletividade e de reordenamento conceitual e prático de domínio público. A noção de que os usuários são agora produtores de conteúdos permite interessantes considerações em torno dos papéis destes e da sua relação na internet. Simboliza o fortalecimento, a partir de uma nova via, de um ideal cooperativo, reafirmando a independência e a capacidade criativa dos indivíduos como produtores e de conteúdo diverso, e paralelamente a isso, destacam os impactos que estas atividades passam a ter no cenário cultural e informacional. Trata-se de compreender, avaliar e discutir os novos conteúdos, os meios de produção e seus novos canais de distribuição e de como eles por consequência trazem impactos distintos dos que são tradicionalmente presenciados no universo de criação tradicional. É, portanto, uma possibilidade para se analisar as transformações no panorama cultural e informacional atual e destacar o seu potencial futuro, suas implicações e consequências.

Palavras-chave: Cultura Live; Internet; Atividades Cooperativas; Produtores de Conteúdo; Domínio Público; Pirataria.

Abstract: This paper aims to discuss how the appropriation abilities to manipulate contents, production and dissemination channels developed by the «new» users who are increasingly changing the way we built upon culture online. The object of study can be understood both as the ideal of «free culture» in which these practices are inserted, as well as the idea behind the «public domain», and how its concept is being remixed, gaining new interpretations as new cultural manifestation rises upon internet. The work is a brief theoretical synthesis highlighting evidence to understand the development of this new cultural production universe of cooperativeness, community and conceptual and practical reordering of public domain. The notion that users are now content producers allows interesting considerations around these roles and their relationship on the internet. It symbolizes the strengthening from a new route, a cooperative ideal by reaffirming the independence and creativity of individuals as content producers, and parallel to it, emphasize the impact that these activities will have on the cultural and Information scenario. It is an opportunity to understand, evaluate and discuss the new content, the means of production and their new distribution channels and how they consequently bring different impacts on what is commonly understood as the traditional creation environment. It is therefore an interesting possibility to analyze the changes in the current cultural and informational landscape and evaluate their potential future, its implications and consequences.

Keywords: Free Culture; Internet; Cooperative Activities; Content Producers; Public Domain; Piracy.

Introdução

Se os usuários-produtores, os grandes protagonistas do panorama cultural na internet de hoje pudessem experimentar uma pequena volta ao passado, mais precisamente aos Estados Unidos no ano de 1917, eles teriam muito com o que se identificar. Para apresentar um panorama ainda mais preciso, se estes mesmos «navegadores» pudessem estar em companhia de Marcel Duchamp, de fato que encontrariam semelhanças em suas atividades.

Marcel Duchamp foi um dos principais nomes da sua geração. Comumente relacionado ao Dadaísmo e à arte conceitual, o franco-americano foi responsável por algumas das mais impressionantes e intrigantes expressões artísticas da modernidade¹. Uma em especial se destaca: a obra *Fonte (Fountain)*. A ideia era simples: utilizar um mictório como elemento artístico, dotando-o de uma assinatura, «R. Mutt 1917». Contudo, esta ideia aparentemente ingênua lançou luzes ao que ficaria conhecido como o *Ready-Made*. Gompertz (2014) trata do fenômeno da seguinte maneira:

[...] o artista podia escolher qualquer objeto pré-existente e produzido em série, sem nenhum mérito artístico evidente, e – ao libertá-lo do seu objetivo funcional (ou seja, ao torná-lo inútil), ao dar-lhe um título e ao modificar o contexto e o ângulo a partir do qual seria normalmente visto – transformá-lo de facto numa obra de arte (Gompertz, 2014).

Ora, o mais perspicaz dos viajantes do tempo, de imediato, poderia pensar que a expressão artística do *Ready-Made* e as suas atividades enquanto produtor e reproduzidor de conteúdos online guardam muitas características em comum. E de fato tal assertiva não seria de modo algum exagerada. Ocorre atualmente uma transformação cada vez mais maciça em torno das produções de conteúdo a partir da internet. Nos deslocamos da rigidez hierárquica dos sujeitos passivos, meros receptores de conteúdo e passamos a condição de sujeitos ativos, protagonistas nas formas de representação, produção e disseminação de conteúdos. E neste sentido, a comparação com o *Ready-Made* se torna fundamental pois permite conceber um ideal fundamental nos tempos de usuários-produtores: a de que os conteúdos extrapolam suas formas tradicionais e não se encerram mais em produtos fechados; são apropriados pelos sujeitos produtores, modificados, inseridos em novos contextos num universo amplo de disseminação cultural e informacional. É partindo desta premissa do «Ready-Made» enquanto um modelo arcaico do ideal de cultura livre que abrimos a discussão deste breve ensaio. A compreensão deste fenômeno artístico ainda é fundamental para introduzir alguns outros elementos destacados e que por sua maneira sintetizam em termos atuais as questões que se pretendem abordar neste trabalho. São elementos fundamentais dos media, que validam os comportamentos atuais em torno da convergência dos media e da mixagem e remixagem dos seus conteúdos. Abaixo, uma breve discussão em torno destas perspectivas e de como elas ajudam a compreender o fenômeno de apropriação pelo qual estamos cada vez mais mergulhados.

Discussão teórica

O desenvolvimento do universo colaborativo a partir de alguns conceitos fundamentais: compreendendo o universo de (re)produção cultural e seus protagonistas

A história social dos media, conforme reconhecida por Briggs e Burke (2006) é uma história recheada de pontos de viragem distintos. Estes ocorrem sob os mais variados aspectos e contextos e o seu ponto de origem, fator determinante para o desenvolvimento dos media e das formas de representação de conteúdos e transmissão do conhecimento, ocorre com a revolução introduzida pela prensa de tipos móveis de Gutenberg e o conseqüente mercado literário que se desenvolveria a partir de então.

¹ Uma indicação das obras de Duchamp se encontram no seguinte link: <http://www.marcel Duchamp.net/duchamp-artworks/>

Ocorre que, da revolução dos livros, ou ao menos do início da produção dos livros em escala maciça, até a revolução da internet, e do fenômeno de convergência dos media, muitos foram os caminhos percorridos pelos mais variados atores. Estes são peças de um extenso tabuleiro social, político e cultural que criaram tendências, estabeleceram princípios, criaram impérios e produtos: verdadeiros bens de consumo no que mais tarde Adorno (2002) entenderia como os elementos finais, ou ainda a representação perfeita, o símbolo da indústria cultural. Os utilizadores, os consumidores destes produtos, se encontram em boa parte desta história como destinatários finais de escoagem destes bens, elementos passivos num ciclo coordenado a partir da síntese, produção, distribuição e consumo de produtos culturais. Para Lipovetsky (2014), vivemos em um estágio crítico. Este é representado pela sociedade do hiperconsumo, a sociedade dos prazeres efêmeros, da comercialização das experiências e do estímulo ao consumo como modelo de vida. Não deixa de ser o princípio, ou parte fundamental do esvaziamento crítico dos sujeitos em relação ao seu universo cultural, a forma mais evoluída de representação dos sujeitos como meros consumidores, articulados pela falsa sensação de apoderamento cultural a partir do sentimento de posse.

Ora, se a ideia «clássica» de posse é, como parece nítido, uma relação estabelecida a partir de um objeto tátil, podemos dizer que vivemos, ou que ainda somos influenciados em muitos aspectos, pelo que Lessig (2008) configura como a cultura R/O, a cultura «*Read/Only*». A cultura R/O trata especificamente da limitação, da imposição e da relação entre consumidores e produtos culturais como uma atividade passiva, fechada e «celebrada» pelos ciclos tradicionais de produção e recepção cultural. Não existe, portanto, princípios de negociação em que os consumidores podem assumir papéis mais ativos no universo cultural. Entretanto, existe uma contrapartida a cultura R/O, e conseqüentemente à ideia apresentada por Lipovetsky², um fenômeno cultural que ganhou contornos definitivos na esteira do desenvolvimento das ferramentas web, centrada principalmente no protagonismo dos sujeitos utilizadores em rede que é a cultura R/W, ou a cultura «*Read/Write*».

A cultura R/W é tanto um conceito quanto um processo e ocorre a partir do momento em que os sujeitos-consumidores tornam-se elementos mais participativos do ciclo cultural, estimulados a participar da cadeia produtiva quanto começam a se apropriar dos bens culturais, dos meios de produção e dos canais de distribuição. Trata-se, pois, da idealização da cultura remix, dos cortes, recortes, da identificação comunitária, do fortalecimento dos laços sociais e culturais a partir da ideia de participação, da ação coletiva entre os utilizadores, agora não mais categorizados apenas como consumidores passivos de conteúdo. Erigem-se aqui as figuras do sujeito-produtor e do sujeito-disseminador, que em muitos casos são entidade única, consciente dos seus papéis, do seu universo de representação e apropriação cultural.

Castells (2012) trata da questão a partir da ideia de sociedade em rede, «um novo sistema de comunicação que fala cada vez mais uma língua universal digital» que «tanto está promovendo a integração global da produção e distribuição das palavras, sons e imagens de nossa cultura como personalizando-os ao gosto das identidades e humores dos indivíduos». Esta condição é exposta pelas redes interativas de computadores, que «estão crescendo exponencialmente, criando novas formas e canais de comunicação, moldando a vida e ao mesmo tempo, sendo moldadas por ela» (Castells, 2012, p. 40).

Neste cenário, cabe destacar o que Jenkins (2008) veio considerar como a cultura de convergência³. Trata-se de um processo, um fenômeno não apenas tecnológico⁴, mas

² Não é papel deste trabalho negar as questões trazidas por Lipovetsky, muito pelo contrário. Acreditamos em sua validade, mas paralelamente procuramos apresentar um ponto de equilíbrio, não necessariamente aos argumentos do autor, mas sim em torno da ideia generalizada que por muitas vezes coloca em primazia as características hedonistas e individualistas dos sujeitos. Trata-se, fundamentalmente da construção em torno das duas vias culturais apresentadas por Lessig, das culturas R/O e R/W, em que ambas, cada qual a sua maneira, também acabam sintetizando discussões em torno destas oposições comportamentos das atividades individuais e coletivas.

³ Em certo sentido, pode-se conceber algumas definições em torno de cultura de convergência, da qual destacamos a seguinte: «[...] a flow of content across multiple media platforms, the cooperation between multiple media industries, and the migratory behavior of media audiences who will go almost anywhere in search of the kinds of entertainment experiences they want. Convergence is a word that manages to

cultural e social, determinantes na relação dos sujeitos com os dispositivos tecnológicos, os media e a sua conseqüente manipulação. Jenkins identifica uma relação tripartida entre a cultura de convergência, a inteligência coletiva e a cultura participativa. Lévy (2007) talvez seja um dos principais defensores da ideia de inteligência coletiva. Para ele, trata-se do (auto)reconhecimento do sujeito em torno do seu universo social, operado em conjunto com os demais indivíduos na construção e aprimoramento do seu ambiente social e cultural a partir da virtualização dos vínculos comunitários e cooperativos. Já a cultura participativa, pode ser entendida como uma conseqüência, ou mais precisamente, como uma contraparte dos processos de cultura de convergência e inteligência coletiva. Ocorre aqui a identificação, a capacidade de apropriação, produção e disseminação por parte dos sujeitos-utilizadores das mais variadas formas de manifestação cultural; identifica, pois, estes sujeitos como grandes protagonistas no atual panorama cultural, por seu papel ativo, consciente e de certa forma crítico em muitos momentos quando visto em oposição à tradicional indústria cultural e aos seus «antepassados» baseados na cultura R/O.

Sennett (2013a, 2013b) ajuda a compor este cenário a partir do fortalecimento das noções propostas em torno tanto da cultura R/W como da cultura de convergência e suas contrapartes. Primeiro porque identifica a capacidade de aprimoramento crítico, a identificação do fazer, a consciência do ato enquanto elemento social e cultural importante, que desenvolve tanto capacidades técnicas como cognitivas. Segundo que, de maneira geral, a ideia do «fazer juntos» fortalece a primeira condição, mas fundamentalmente estabelece a primazia das atividades cooperativas como componente fundamental de desenvolvimento social e cultural. Tomasello (2009), ao conceber as raízes da cooperação e de como ela se comporta como elemento fundamental de aprimoramento social e cultural, fala da «colaboração intencionada⁵» que

[...] involves, most basically, the ability to create with others joint intentions and joint commitments in cooperative endeavors. These joint intentions and commitments are structured by processes of joint attention and mutual knowledge, all underlain by the cooperative motives to help and to share with others (Tomasello, 2009, p. 14-15).

A ideia em torno do protagonismo dos usuários, realçada pela afirmação destes enquanto (re)produtores e disseminadores de conteúdos, talvez seja o eixo central, num primeiro momento, que identifica o potencial social e cultural das manifestações em torno do que Lessig (2004) compreende como «cultura livre». A ideia de cultura livre reforça tanto a condição dos utilizadores a partir das práticas de apropriação e mixagem dos conteúdos como também solidifica a ideia em torno destas atividades como componente, um verdadeiro elo de ligação da criatividade coletiva, cooperativa e participativa desenvolvida com cada vez mais frequência no universo digital.

Neste sentido, inúmeras são as ações, as intervenções, as formas de apropriação de bens, dos meios de produção e dos canais de distribuição que fragmentam a cultura em nichos e sub-nichos, tendo como efeito aquilo que Anderson (2006) considera como o fenômeno da «cauda longa». O autor trata da questão a partir do seguinte pressuposto:

Cauda Longa é nada mais que escolha infinita. Distribuição abundante e barata significa variedade farta, acessível e ilimitada – o que, por sua vez, quer dizer que o público tende a distribuir-se de maneira tão dispersas quanto as escolhas. Sob a perspectiva da mídia e da indústria do entretenimento dominantes, essa situação se assemelha a uma batalha entre os meios de comunicação tradicionais e a internet. Mas o problema é que, quando as pessoas deslocam sua atenção para os veículos on-

describe technological, industrial, cultural, and social changes depending on who's speaking and what they think they are talking about» (Jenkins, 2008, p. 3-4).

⁴ Segundo Jenkins: «Media convergence is more than simply a technological shift. Convergence alters the relationship between existing technologies, industries, markets, genres, and audiences. Convergence alters the logic by which media industries operate and by which media consumers process news and entertainment» (Jenkins, 2008, p. 15-16).

⁵ Uma tradução livre a partir do inglês «shared intentionally».

line, elas não só migram de um meio para outro, mas também simplesmente se dispersam entre inúmeras ofertas. Escolha infinita é o mesmo que fragmentação máxima (Anderson, 2006, p. 179).

Neste vasto universo cultural virtualizado, os objetos apropriados, manipulados e remixados pelos sujeitos-produtores se desenrolam sob os mais variados tipos. A ideia de nichos de Anderson, de uma cultura fragmentada, reduzida em termos de especificidade sob os mais variados tipos de manifestações, atores e ambientes de interação vem a solidificar a ideia de cultura livre a partir dos princípios e processos de cultura remix e cultura de convergência.

Poderíamos nos deslocar no espaço e tempo e discutir elementos «pré-históricos» desta ideia de cultura livre, do protagonismo, que mesmo realizado a sua maneira e ocasião por atores sociais distintos, levavam a cabo o mesmo princípio basilar de tornar disponível as formas de representação do conhecimento humano.

Darnton (2012) de certa forma tratou da questão ao investigar a cadeia alternativa de produção literária da França pré e pós-Revolução. Ela envolvia uma extensa rede de colaboradores, atores sociais inseridos no seu tempo como os sujeitos-produtores e disseminadores da modernidade, «antepassados conceituais» dos sujeitos-produtores atuais, que a partir da revolução da internet e do fenômeno da pirataria retomaram para si a condição de disseminadores do universo cultural. Diderot, por seu turno (2002), empreendeu uma extensa argumentação em defesa dos privilégios concedidos aos editores e escritores de livros, profissionais que segundo escritor e filósofo francês, eram prejudicados pela oferta mais em conta dos livros «alternativos». Já nesta época se percebia, a sua maneira e entendimento, a gravidade do fechamento cultural em torno de dispositivos que, mesmo legais, encerravam a produção cultural em um círculo restrito de beneficiados.

O que se pretende com isso é identificar que, independente do momento que se fala, ocorrerá em menor ou maior grau a noção de que a cultura enquanto bem fundamental de aprimoramento social deve ser estimulada como construção pública, alimentada num ciclo produtivo contínuo de apropriação, transformação e disseminação. Para Le Crosnier (2006, p. 147), «a cultura se alimenta de suas próprias práticas, mesmo que, à primeira vista, estas devorem as obras existentes. Isso foi sempre assim, e assim tem de continuar em prol da expansão e da democratização do conhecimento».

O que vemos no cenário cultural atual, principalmente sob os domínios do digital, são novas formas de representação de conteúdos, apropriadas a partir do seu contexto original, modificadas, produzidas sob novas abordagens, pelos mais variados atores. Estes conteúdos são disponibilizados através de redes cooperativas, pautadas pela ação coletiva de seus usuários, pelo reconhecimento entre seus «pares» e sintetizam o ideal em torno do aprimoramento dos ciclos de produção cultural, dos usuários-produtores e usuários-disseminadores. Neste sentido, destaca-se a ação em torno de uma manifestação em rede anterior a essa ideia, mas que, todavia, se constituiu como elemento fundamental na sua construção. Trata-se da pirataria. Mas uma «nova» pirataria, a partir do seu entendimento enquanto manifestação social e cultural.

Pirataria: uma manifestação social e marginal de cultura livre

David Petrarca e Jeff Bewkis são dois dos principais responsáveis por um dos grandes sucessos televisivos da atualidade: a adaptação para TV «Game of Thrones», baseada nos livros do escritor G. R. R. Martin, «As Crônicas de Gelo e Fogo». Este sucesso de crítica e público⁶ porém não se restringe apenas ao universo televisivo. «Game of Thrones» é atualmente também uma das séries mais «pirateadas» na internet, com

⁶ O Internet Movie Data Base (IMDB), termômetro cinematográfico e televisivo norte-americano, através dos seus usuários, dá a Game of Thrones nota 9,5 de 10. Já no site Rotten Tomatoes, a série tem um índice médio de aprovação de 94,6%. No Metacritic, suas 5 temporadas tem uma média de 89,2 pontos no Metascore (avaliação dos críticos) e está avaliado em 9,02 pelos usuários do site.

uma média de 5,9 milhões de downloads por episódio⁷. O que poderia ser encarado como um problema para a equipe da HBO/Time Warner, seja na prospecção de novos clientes ou ainda no licenciamento dos boxes da temporada em DVD ou Blu-ray, tornou-se na verdade um aliado em potencial. Petrarca identifica a «reverberação cultural» (cultural buzz) causada pela pirataria como um elemento fundamental na disseminação da série e de todo o seu universo. As redes sociais tratam ainda de potencializar esta reverberação através das dinâmicas de comunicação entre os indivíduos⁸. Bewkes foi mais além. O CEO do grupo HBO/Time Warner afirmou que ter a série mais pirateada na internet é muito mais importante que ganhar um Emmy. Para ele, a grande vantagem é que mais pessoas podem aderir aos pacotes de assinatura do canal. Algo semelhante ocorre para Dowbor (2009) e Anderson (2003, 2006). Para os autores, é como se esta atividade de download servisse como um mecanismo preliminar de avaliação, em que os usuários poderiam conhecer os produtos e posteriormente adquiri-los.

Mas o que a pirataria ainda nos «primórdios» da era Napster criou, além de uma desestruturalização no modelo tradicional de funcionamento da indústria cultural, foi a conscientização coletiva dos indivíduos enquanto – num primeiro momento – disseminadores de conteúdo. Graças à revolução do P2P⁹, todo um universo de produção cultural pôde se libertar do julgo opressivo do copyright. Como consequência, surgem mecanismos de reordenamento do panorama cultural, liderados por uma massa de usuários-disseminadores, os protagonistas de fato deste ambiente em constante transformação. Estes mecanismos surgem a partir da apropriação de todo o ciclo de produção cultural (dos produtos, dos meios de produção e dos canais de distribuição) e que num primeiro momento se estabelece na disseminação bruta dos bens culturais. Cabe ressaltar que esta pirataria difere em muitos aspectos da pirataria «mercadológica» de Tolila (2007). O autor trata da questão a partir da oposição em torno da ideia de pirataria pela cópia privada. Segundo o autor:

Falando economicamente, a cópia privada não é mau negócio para os produtores, longe disso, e por várias razões. Antes de tudo porque as gigantes (Sony-BMG, por exemplo) pertencem a grupos mais vastos que produzem os suportes necessários à cópia privada; depois porque as gigantes costumam integrar no preço de seus produtos aquilo que estimam ser “perdas de receita”; além disso porque os fenômenos de cópias privadas ajudam a consolidar os hábitos de consumo e a difusão do produto original ao provocar um “efeito-rede”, ou seja, um aumento da base instalada; por fim porque a cópia privada aumenta as probabilidades de consumos futuros. Dessa forma, esse ou aquele indivíduo vai começar copiando um disco, depois vai comprar outros do mesmo estilo musical, depois vai evoluir para outros estilos... etc. Quanto mais forte for a intensidade de suas práticas culturais e mais vastos os seus campos, tanto mais ele será suscetível de se tornar um consumidor “pagante” de produtos culturais (Tolila, 2007, 64-65).

Tolila, à sua maneira, também identifica a figura do usuário «beta-tester» de Dowbor e Anderson. Porém se limita neste caso a tratar dos usuários de forma isolada, dando mais ênfase na relação do sujeito enquanto consumidor cultural potencial do que nas dinâmicas sociais de troca, da identificação de nichos e comunidades que se constituem através da pirataria pelas cópias privadas. E este primeiro estágio de pirataria também serviu para potencializar essas dinâmicas. Particularmente

⁷ Os dados, analisados até o ano de 2013, são do site especializado em tráfego de rede Torrent Freak, com fontes alternativas da BBC e Hollywood Reporter. Para se ter uma ideia, o público médio que assiste a série somente pelos canais HBO nos EUA é de 5 milhões de espectadores.

⁸ A página brasileira Game of Thrones BR no Facebook, conta atualmente com mais de 206 mil «curtidas» e é diariamente alimentada com conteúdos, sejam eles notícias, teorias, entrevistas etc. Não é raro posts paralelos à trama em que os usuários trocam comentários em tempo real dos acontecimentos do programa; são críticas quanto à fidedignidade dos livros, sobre os acontecimentos da série, sobre as atuações e seus personagens favoritos.

⁹ Segundo Hervas-Drane e Roam, «Peer-to-Peer file sharing is enabled by the architecture of the Internet, which allows for data transmission between nodes connected to the network with negligible marginal costs and irrespective of geographical distance, and has become more attractive with the increase in bandwidth and computing resources available to end users» (Hervas-Drane, Roam, 2011, p. 4).

interessante é compreender o princípio de comunidades a partir das estruturas de uma sociedade em rede. Castells (2003, p. 99), ao introduzir a questão, revela que a «internet foi apropriada pela prática social, em toda a sua diversidade, embora essa apropriação tenha efeitos específicos sobre a própria prática social».

O que é interessante perceber no curso de evolução desta «nova» pirataria, foi que até mesmo ela evoluiu para além da distribuição de conteúdos. As constantes implementações de novas ferramentas de produção e distribuição, e a apropriação por parte dos utilizadores destes produtos e, principalmente, das competências para manipulá-los, viabilizou a representação do ideal da cultura R/W a sua máxima perfeição. Já não se trata tanto de uma pirataria «clássica» do universo digital, mas de uma representação em torno da ideia de pirataria enquanto uma subcultura, uma evolução que parte de um universo de mixagem, de apropriação, produção e reprodução de conteúdos protagonizada pelos sujeitos-produtores. Para Downbor,

O impacto básico é um deslocamento sísmico da cultura que se recebe para a cultura que se faz. Com a conectividade que se gera, há uma volta ao que era antigamente, onde se fazia pintura, se fazia música em casa, enfim, a atividade cultural era das pessoas, não era uma coisa que você senta no sofá, aperta o botãozinho e assiste. Você volta a ser um agente de cultura. Quer dizer, o fato de você não precisar passar por um grande intermediário e assistir todo mundo a mesma coisa e então poder participar do processo cultural é resgatar a dimensão de criatividade que há dentro de cada um de nós. Esse é um deslocamento radical. Isso significa um deslocamento também do que é chamado de indústria cultural, que era a cultura apropriada por grandes intermediários, que escolhiam o que seria acessível ao público (DOWBOR, 2009, p. 57).

O YouTube talvez seja hoje o maior expoente de como esta ideia de uma cultura «simples» de distribuição de conteúdos se transformou progressivamente em um universo cultural de mixagem e remixagem, de colagens dos mais variados tipos e gostos. Os canais do YouTube, antes meros replicadores de conteúdos, principalmente videoclipes musicais, se desenvolveram, adquiriram formato próprio e hoje manipulam conteúdos para além da simples distribuição: são canais que por muitas vezes se apropriam de conteúdos já existentes para construir outros novos, que trazem sentido a noção de reverberação cultural quando se constituem – de forma (in)direta – como instrumentos formidáveis de divulgação, discussão, aprendizado e crítica. E neste cenário cada vez mais promissor para estes novos usuários, nenhum outro universo sintetize com tanta ênfase a questão como os games.

Vídeo games: o universo definitivo para interação e protagonismo dos usuários-produtores

Vídeo games são comumente vinculados a alguma atividade lúdica, um passatempo por muito descompromissado entre seus jogadores que geralmente não ultrapassa os limites do gameplay¹⁰. Alguns mais entusiasmados mergulham com mais afinco neste universo, consumindo produtos que vão além dos jogos, e outros, efetivamente chegam a se estabelecer como membros ativos da comunidade *gamer*, criando e recriando conteúdos dos mais variados tipos, formas e gostos em um universo cooperativo por excelência. Para McGonigal (2012)

You can collaborate to create just about anything: a group experience, a knowledge resource, a work of art. Increasingly, gamers are collaborating to create all of these outcomes. In fact, they're collaborating even when they're competing against each other to win. More and more, gamers are collaborating even when they're playing alone (McGonigal, 2012, p. 267).

Esta colaboração, segundo a autora ocorre a partir de duas vias: os aspectos fundamentais e intrínsecos ao se jogar um jogo e as ferramentas, novas tecnologias que permitem e dão suporte às atividades colaborativas a partir da comunidade *gamer*. Num primeiro momento, partem-se de premissas básicas, anteriores aos jogos

¹⁰ Gameplay pode ser entendido como a experiência do jogador em um determinado jogo, as tarefas que executa em uma partida, sejam elas missões, lutas, partidas de algum jogo esportivo, corrida etc.

digitais em que o princípio de colaboração em jogos ocorre a partir da negociação, da validação de regras, dos participantes e de como estes interagem, juntos ou em equipes distintas. Tais princípios são discutidos de forma mais extensa na obra de Johan Huizinga (2002), *Homo ludens*. O autor sintetiza a importância dos jogos como elementos fundamentais de formação, reconhecimento e aprimoramento cultural e social. Os jogos digitais, por sua vez, podem ser vistos como uma evolução natural, como aquilo que Scolari define em seu livro como o *Homo ludens 2.0*. em que os sujeitos-jogadores se utilizam deste universo para a (re)construção de sentidos, para o aprimoramento de práticas educacionais voltadas a literacia digital e à produção de elementos culturais distintos a partir dos games.

Este universo propício de colaboração, instituído pelas relações sociais, pela ideia de comunidade, pertencimento e identificação é fator primordial para o sucesso e a presença cada vez mais crescente de iniciativas que celebram o protagonismo dos jogadores como produtores de conteúdos. Um dos maiores fenômenos neste sentido é o Twitch.

Surgido no ano de 2011 como uma extensão do JustinTV, o Twitch é um canal de streaming em que jogadores disponibilizam conteúdos a partir do universo do games. Os conteúdos podem variar de playthroughs e walkthroughs¹¹ à eventos, competições e análises. Os jogadores, que neste caso também são produtores de conteúdo, utilizam um aplicativo disponível nos consoles Playstation 4 e Xbox One, PCs e dispositivos com iOS, e a partir da captura de vídeo disponível nestes aparelhos, distribuem conteúdo gratuito a partir dos seus canais, que podem ser acessados tanto nos consoles, como pela internet e demais dispositivos como Amazon FireTV, Chromecast, Ouya, Android e iOS. O fenômeno do Twitch é algo formidável: o tráfego de rede em momentos de pico nos Estados Unidos alcançou a quarta posição no início de 2014, com 1,8%, estando atrás apenas da Netflix (32%), Google (22%) e Apple (4.3%) e a frente de outras gigantes como o Facebook (1.5%) e a Amazon (1.2%)¹². Ainda em 2014, o Twitch alcançou outras marcas expressivas: por mês são mais de 100 milhões de visitantes únicos, com mais de 16 bilhões de minutos assistidos, 11 milhões de transmissões e mais de 1,5 milhões de broadcasters únicos¹³.

O sucesso do Twitch como ambiente de produção e disseminação de conteúdos da comunidade *gamer* chamou a atenção do YouTube, que recentemente anunciou a criação de uma plataforma dedicada exclusivamente à comunidade dos jogadores, o YouTube Gaming. Uma das ideias centrais em torno do YouTube Gaming¹⁴ é a de que cada jogo - e são de início, mais de 25 mil jogos! - terá uma página própria, com o que de melhor é produzido pela comunidade *gamer* na internet. Os tradicionais canais das *publishers* e dos *youtubers* continuarão a fazer parte deste novo universo, integrando assim os mais variados tipos de conteúdos num site e aplicativo compatíveis. Trata-se de algo inédito na história do YouTube. De fato, nunca antes uma manifestação cultural mereceu tamanho destaque e protagonismo. E tudo graças as dinâmicas de cooperação, de identificação e pertencimento em torno de uma comunidade e do estímulo natural que o universo dos jogos digitais dá à manipulação de conteúdos, traduzindo em importância o papel desempenhado pelos jogadores como engrenagens ativas no desenvolvimento e aprimoramento de um universo de cultura livre perfeitamente identificado a partir de um universo comum.

¹¹ Playthrough faz referência aos vídeos em que os jogadores percorrem determinadas narrativas dos jogos, as apresentando de forma casual aos assinantes e demais visualizadores dos seus canais de vídeo e streaming. É uma experiência informal e, portanto, em propósito diferente do «walkthrough», que por sua vez tem como objetivo elaborar um guia mais estruturado de como se jogar determinado jogo.

¹² A notícia pode ser vista de maneira mais detalhada no link: <http://www.ongamers.com/articles/wall-street-journal-chart-lists-twitch-tv-fourth-in-u-s-peak-traffic/1100-824/>

¹³ Essas e outras informações a respeito do Twitch no ano de 2014 no seguinte link: <http://www.twitch.tv/year/2014>

¹⁴ Segundo o blog oficial do YouTube: «Keeping up with these games and channels is now super easy, too. Add a game to your collection for quick access whenever you want to check up on the latest videos. Subscribe to a channel, and you'll get a notification as soon as they start a live stream. Uncover new favorites with recommendations based on the games and channels you love. And when you want something specific, you can search with confidence, knowing that typing "call" will show you "Call of Duty" and not "Call Me Maybe.» (YouTube Official Blog, 2015).

Poderiam ainda ser citadas outras iniciativas, igualmente estabelecidas nos princípios comunitários e cooperativos em que jogadores se transformam em produtores de conteúdos, como, por exemplo, as páginas Wikia de construção coletiva de conteúdos diversos e a comunidade Nexus Mods Skyrim. Trata-se de um coletivo digital de jogadores-produtores que incentivados pela Bethesda, a produtora do RPG The Elder Scrolls: Skyrim, criam conteúdos de jogo a partir dos SDKs, os Software Development Kits. Os idealizadores do Nexus Mod Skyrim resumem toda a atividade da seguinte maneira:

By releasing an SDK with their video games the original game developers open up the game to the game users, normal people like me and you, enabling us to add new content or modify or remove existing content from the game at will. People who partake in such activities are known as mod authors or mod creators. Such modifications, or "mods" as they're known to the gaming community, are stored in a file known as a "plug-in" file that can be easily shared among other players of the game. A mod author can add a new sword in to his game via the SDK, send the plugin file to a friend, and then that friend can make use of the plug-in file, adding the original mod creator's sword to his own game (Nexus Mods Skyrim, 2015).

O que estas atividades, e de maneira geral, as culturas de convergência e R/W propõem é uma reconstrução do que é entendido como domínio público e consequentemente a valorização de iniciativas que celebrem e incentivem práticas em torno de uma cultura livre. A partir daí, a noção popularmente aceita de domínio público, a que se opõe ao copyright nos domínios do direito autoral é expandida para além do seu conceito original.

O domínio público: a readaptação de um conceito a partir das práticas no universo digital

Chega-se, pois, em um momento fundamental neste trabalho que consiste no entendimento deste novo domínio público. O que se percebe é que o conceito foi ampliado para além da sua designação original a partir do momento em que os usuários-produtores se transformaram nos principais agentes de difusão e (re)produção de conteúdos na internet. Não se trata, entretanto, de uma ampliação conceitual consciente, codificada num corpo de leis a partir das transformações no universo digital. É muito mais fruto, ou ainda, consequência, das atividades de apropriação desenvolvidas num mundo em constante transformação, realizadas inconscientemente pelos seus protagonistas na internet. Apropria-se não apenas os conteúdos, os meios de produção e os canais de distribuição; igualmente se apropriam-se dos conceitos, que são devidamente reintroduzidos em novos formatos, que traduzem o espírito de um novo tempo em que os ideias de uma cultura cooperativa, coletiva e livre demonstram cada vez mais força e importância.

Neste sentido, tanto domínio público como pirataria servem como conceitos modificados do seu sentido original, e que a sua maneira, sintetizam dois pontos fundamentais no entendimento do ideal de cultura livre. A pirataria surge, como vimos, como um movimento da subcultura da internet, que desconhece limites, que agrega todos os tipos de usuários e produtos culturais em uma escala global nunca antes imaginada. A vinculação é cooperativa, induzida por características fundamentais de pertencimento, reconhecimento e senso comunitário. Para além disso, surgem, ou melhor, são apropriados os espaços tradicionais de disseminação. Os sujeitos-disseminadores, que também são produtores (e não apenas reprodutores de conteúdos), são imbuídos de uma liberdade de mixagem cultural que formata as dinâmicas de produção de conteúdos na internet graças à perspectiva de autoalimentação das manifestações culturais. Estas dinâmicas de apropriação desconhecem regras e limites, ainda que a poderosa indústria do copyright tente, a todo custo, por freios ao ímpeto cooperativo dos usuários em rede.

É neste panorama que o novo domínio público ganha um novo sentido e se fortalece. Não se trata de um ato inconsequente, ainda que em muitos sentidos, inconsciente no imaginário e nos sentidos dos seus principais formuladores; é, acima de tudo, a viabilização de uma ideia que se materializa graças as dinâmicas de

cooperação dos usuários no universo digital. Neste nível já podemos tratar de uma espécie de consciência coletiva, que entende as atividades cooperativas como pedra angular no fortalecimento das trocas e interações sociais e culturais. Logo, os sujeitos-produtores podem ser vistos como sujeitos conscientes da capacidade cooperativa das suas atividades, porém, em certo ponto, inconscientes das transformações que ocorrem no universo conceitual do domínio público que eles próprios estão ajudando a erigir. Mas o que é mais curioso de se perceber, é que este ideal de domínio público, ainda que visto sob aspectos distintos a partir da pirataria enquanto manifestação de uma subcultura de rede, é ainda assim, um movimento que inspira a aplicações legais. Este novo domínio público se identifica com as manifestações em torno da oposição da indústria do copyright e dos defensores do domínio público como forma de enriquecimento cultural e social a partir da livre circulação dos conteúdos que caem neste domínio. Neste sentido, o Manifesto do Domínio Público organizado pelo COMMUNIA, uma rede temática sobre domínio público na União Europeia, traz importantes considerações.

O domínio público é a base da nossa auto-compreensão, expressada pelo nosso conhecimento e cultura compartilhados. É a matéria-prima da qual são derivados os novos conhecimentos e criadas as novas obras culturais. O domínio público atua como um mecanismo de proteção para garantir que essa matéria-prima esteja disponível ao custo de sua reprodução – próximo de zero – e que todos os membros da sociedade possam construir com base neste conteúdo. Promover a existência de um domínio público saudável e próspero é essencial para o desenvolvimento social e o bem-estar econômico das nossas sociedades. O domínio público desempenha um papel crucial nas áreas de educação, ciência, patrimônio cultural e de informação do setor público. Um domínio público saudável e próspero é um dos pré-requisitos para assegurar que os princípios do artigo 27 (1) da Declaração Universal dos Direitos Humanos (“Todos tem o direito de participar livremente da vida cultural da comunidade, de fruir das artes e de participar no progresso científico e de seus benefícios.”) possam ser apreciados por todos ao redor do mundo. A sociedade da informação digital em rede trouxe a questão do domínio público para o primeiro plano das discussões sobre direitos autorais. Com o intuito de preservar e fortalecer o domínio público, precisamos de uma atualização consistente na compreensão da natureza e do papel desse recurso essencial (Communia, 2009).

Independente da forma pela qual entendemos o domínio público, seja a partir da sua via tradicional ou ainda a partir da sua ampliação através das atividades desempenhadas pelos usuários-produtores em rede, percebe-se que o ideal de domínio público é parte constituinte e fundamental na construção de um universo baseado nas premissas de cultura livre, sendo seguro dizer que se trata, inclusive, da sua condição natural de existência e desenvolvimento. Igualmente seguro torna-se dizer que ao menos desde da popularização das obras impressas pela prensa de tipos móveis de Gutenberg, que o ser humano se empenhou arduamente em aplicar as mais variadas empresas em torno do ideal de popularizar as atividades culturais, ao que parece ser inato dos indivíduos cooperar entre si em torno de atividades que os unam por qualquer laço identitário. Não se trata aqui de desconhecer ou muito menos minimizar as ações neste sentido que se empenhavam na formação de mercados paralelos, mas mesmo neste caso, percebe-se que o estabelecimento de redes distintas das tradicionais ainda assim se constituíam como mecanismos eficazes de disseminação e produção de conteúdos, em muito pela sua acessibilidade, seja financeira ou ainda em torno dos conteúdos em si, muitas vezes proibidos de circular, dada as restrições em torno dos assuntos, dos ideias e tabus da época.

Logo, retornamos definitivamente aos tempos atuais para defender as duas formas de domínio público. São duas formas válidas de aplicação de um direito fundamental e que se intercalam em muitas vezes, mas que, fundamentalmente nos dias atuais podem até mesmo se confundir e se misturar em torno de um único conceito apropriado, tal como as práticas e atividades culturais e sociais desenvolvidas em rede.

Considerações finais

Este trabalho teve como objetivo principal discutir as modificações resultantes do protagonismo dos usuários-produtores a partir das atividades de apropriação dos conteúdos, dos meios de produção e dos canais de distribuição na internet. Tal protagonismo levou ao alargamento conceitual, e até mesmo prático, de domínio público, principalmente quando guardou sob sua proteção a noção de uma nova pirataria, desvinculada da sua matriz comercial, deslocada da ideia de uma rede organizada de comércio paralelo para se enquadrar em um movimento subcultural que ocorre na internet, em que seus usuários colaboram livremente a partir da apropriação dos conteúdos culturais. Compreendeu para tanto as noções de cultura de convergência e cultura R/W como importantes pontos de validação para os argumentos aqui apresentados.

Entretanto, não basta apenas a apresentação das ideias aqui apresentadas como um breve ensaio das transformações que ocorrem a partir do universo digital, seja uma transformação dos usuários e dos seus hábitos de consumo e relação entre pares, ou ainda nas formas de produção e reprodução de conteúdos, vinculadas as plataformas digitais cooperativas. Pode-se permitir ao fim deste texto, avançar em torno das ideias amplamente debatidas ao longo dos anos e que dizem respeito aos papéis desempenhados pelos mais diversos atores neste intrincado e complicado tabuleiro social e cultural.

Certamente que a «intromissão» maciça dos usuários-produtores rearranjou este tabuleiro. Solidificou não apenas a presença, mas, principalmente, a importância dos peões neste jogo. Eles subverteram a lógica do jogo, trouxeram para si o protagonismo que antes pertencia aos reis, rainhas e bispos, e fizeram de tal modo que já não se deve mais pensar em formas de brechar este poderoso ímpeto. A grande discussão que se forma, e que aparentemente ainda se delinea com mais clareza, se dá em torno da condução desta situação, de modo que todos os «jogadores» não saiam prejudicados em absoluto deste embate. Trata-se de discutir, formular, viabilizar e aplicar propostas que não atinjam simplesmente o «perfeito equilíbrio», mas que fundamentalmente identifiquem a importância primordial da cultura livre a partir do domínio público como fio condutor do desenvolvimento cultural e social.

Ao introduzir brevemente o universo *gamer* neste quadro teórico, um dos objetivos foi o de justamente tentar viabilizar, ou mais humildemente, induzir uma discussão em torno de uma abertura saudável por parte da indústria cultural aos seus produtos e às formas de manipulação a partir de uma base formidável de usuários. O universo dos games e dos seus usuários-produtores (igualmente consumidores em sua essência) é o que melhor sintetiza os aspectos aqui tratados. Fundamenta-se em uma comunidade reconhecida, seja interna ou externamente, validada de igual modo e que por isso, se desenvolve de tal maneira, que seja a indústria dos jogos ou ainda a comunidade dos jogadores, vemos o fortalecimento das atividades de livre produção, circulação e discussão em torno dos conteúdos apropriados pelos sujeitos-produtores. E a partir desta relação, criam-se toda a sorte de conteúdos, desenvolvem-se as mais variadas experiências e discutem-se uma infinidade de assuntos. É claro que este mesmo universo não é de todo perfeito. E para outros nichos e atividades culturais, as premissas que regem este acordo tácito de opostos não vão, necessariamente, ser aplicadas à guisa de perfeição. Contudo, quem poderia dizer um universo cultural outrora relegado a segundo plano poderia servir como fonte de inspiração, como base para discussões e modelo em busca de equilíbrio e reconciliação entre agendas diametralmente tão opostas? Pois é de fato o sinal de que os tempos são outros. E que até mesmo por isso, devemos ver com bons olhos as boas ideias. Por mais inacreditável que sejam as suas fontes de origem.

Referências

- Adorno, T.** (2002). *Industria cultural e sociedade*. São Paulo: Paz e Terra.
- Anderson, C.** (2006). *Cauda longa: o mercado de massa para o mercado de nicho*. Rio de Janeiro: Elsevier.
- Anderson, C.** (2003). *Free grátis: o futuro dos preços*. Rio de Janeiro: Elsevier.

- Briggs, A., Burke, P.** (2006). *Uma história social da mídia: de Gutenberg á internet*. Rio de Janeiro: Zahar.
- Castells, M.** (2012). *A sociedade em rede. A era da informação: economia, sociedade e cultura*, vol. 1. São Paulo: Paz e Terra.
- Castells, M.** (2003). *A galáxia da internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade*. Rio de Janeiro: Zahar.
- Chartier, R.** (1999). *A ordem dos livros: leitores, autores e bibliotecas na Europa entre os séculos XIV e XVIII*. 2 ed. Brasília: Editora Universidade de Brasília.
- COMMUNIA (2009). *Manifesto do Domínio Público*. Disponível em: <http://www.publicdomainmanifesto.org/portuguese>
- Darnton, R.** (2012). *O diabo na água benta: ou a arte da calúnia e da difamação de Luis XIV à Napoleão*. São Paulo: Companhia das Letras.
- Darnton, R.** (2010). *A questão dos livros: passado, presente, futuro*. São Paulo: Companhia das Letras.
- Diderot, D.** (2002). *Carta sobre o comércio do livro*. Casa da Palavra: Rio de Janeiro.
- Dowbor, L.** (2009). *Economia da cultura digital*. In Savazoni, R., Cohn, S. (Ed.) *Cultura digital.br*. Beco do Azouge: Rio de Janeiro.
- Gompertz, W.** (2014). *150 anos de arte moderna num piscar de olhos*. Lisboa: Bizâncio.
- Hervas-Drane, A., Roam, E.** (2011). *Online sharing and cultural globalization*. Disponível em: <http://ftp.zew.de/pub/zew-docs/veranstaltungen/ICT2011/Papers/Hervas-Drane.pdf>
- Huizinga, J.** (2000). *Homo ludens*. 4 ed. São Paulo: Editora Perspectiva.
- IMDB (2015). *Game of Thrones*. Disponível em: http://www.imdb.com/title/tt0944947/?ref_=nv_sr_1
- Jenkins, H.** (2008). *Convergence culture: where old and new media collide*. Nova York: New York University Press.
- Le Crosnier, H.** (2006). *Repensar os direitos do autor*. In Isabela Cribari, *Propriedade cultural e propriedade intelectual* (pp. 143-148). Recife: Editora Massangana.
- Lessig, L.** (2008). *Remix: making art and commerce thrive in the hybrid economy*. Londres: Bloomsbury.
- Lessig, L.** (2004). *Free culture: how big media uses technology and the law to lock down culture and control creativity*. Nova York: Penguin Press.
- Lévy, P.** (2007). *A inteligência coletiva: por uma antropologia do ciberespaço*. 5 ed. São Paulo: Loyola.
- Lipovetsky, G.** (2014). *A felicidade paradoxal: ensaio sobre a sociedade do hiperconsumo*. Lisboa: Edições 70.
- Metacritic (2015). *Game of Thrones*. Disponível em: <http://www.metacritic.com/tv/game-of-thrones>
- McGonigal, J.** *Reality is broken: why games makes us better and how they can change the world*. Nova York: The Penguin Press.
- Nexus Mods Skyrim (2015). *About us*. Disponível em: <http://www.nexusmods.com/skyrim/about/stats/>
- On Games (2014). *Wall Street Journal chart lists Twitch.tv fourth in U.S. peak traffic*. Disponível em: <http://www.ongamers.com/articles/wall-street-journal-chart-lists-twitch-tv-fourth-in-u-s-peak-traffic/1100-824/>
- Rotten Tomatoes (2015). *Game of Thrones*. Disponível em: <http://www.rottentomatoes.com/tv/game-of-thrones/s01/>
- Scolari, Carlos A.** (ed.) (2013). *Homo Videoludens 2.0. De Pacman a la gamification*. Collección Transmedia XXI. Laboratori de Mitjans Interactius. Barcelona: Universitat de Barcelona.
- Sennett, R.** (2013a). *O artífice*. Rio de Janeiro: Record.
- Sennett, R.** (2013b). *Juntos*. Rio de Janeiro: Record.
- Tolila, P.** (2007). *Cultura e economia: problema, hipóteses, pistas*. São Paulo: Iluminuras: Itaú Cultural.
- Tomasello, M.** (2009). *Why we cooperate*. Cambridge: The MIT Press.

Torrent Freak (2013). *Game of Thrones piracy «better than Emmy», Time Warner CEO says*. Disponível em: <https://torrentfreak.com/game-of-thrones-piracy-better-than-an-emmy-time-warner-ceo-says-130808/>

Twitch (2015). *Two thousand more teen*. Disponível em: <http://www.twitch.tv/year/2014>

YouTube Official Blog (2015). *A YouTube built for gamers*. Disponível em: <http://youtube-global.blogspot.pt/2015/06/a-youtube-built-for-gamers.html>