

**MEANDROS E DESDOBRAMENTOS DA PIRATARIA NO CENÁRIO SÓCIO CULTURAL: reprodutibilidade técnica no contexto paraense**

Joel Cardoso

[joelcardosos@uol.com.br](mailto:joelcardosos@uol.com.br)

<http://lattes.cnpq.br/6918547599708778>

Luiz Guilherme dos Santos Júnior

[lguilherme@ufpa.br](mailto:lguilherme@ufpa.br)

<http://lattes.cnpq.br/1266664476541392>

**RESUMO**

Parte integrante de um antigo projeto desenvolvido em parceria, o artigo se debruça sobre questões inerentes ao advento da pirataria na cidade de Belém-PA, refletindo acerca da sua estruturação enquanto mercado informal. O fenômeno aponta para fatores ligados àquilo que, segundo as concepções de Walter Benjamin (1994), caracterizaria a “era da reprodutibilidade técnica”. Procura evidenciar, sobretudo, os embates entre capitalismo, indústria cultural, mercado informal, reprodutibilidade da obra de arte na contemporaneidade (aqui, especificamente, através de CDs e DVDs) e como isso afetou, na nossa região, o processo de circulação de bens culturais. Em pauta, discursos que defendem a reprodutibilidade e outros que se contrapõem a ela.

**Palavras-chave:** CDs e DVDs. Pirataria e Indústria cultural. Reprodutibilidade técnica.

**DA PIRATARIA: CONSIDERAÇÕES PRELIMINARES**

Lanternas japonesas e chicletes americanos

Nos bazares coreanos de São Paulo.

Imagens de um vulcão nas Filipinas

Passam na rede de televisão em Moçambique.

(Música “Disneylândia” – Grupo Titãs)

A pirataria não é um fenômeno recente. Como o próprio termo indica, está aliado ao pirata, ou seja, àquele que ataca sem justificativa que não a de levar vantagem própria. Há, porém, ao longo da história, versões em que se idealizam ou se romantizam os atos piratas, convertendo estes protagonistas em heróis e, dependendo dos contextos, em justiceiros. Fazendo já parte do imaginário popular, os piratas, heróis ou bandidos, atacavam navios em alto mar e, fazendo os tripulantes reféns, se apossavam dos bens disponíveis no navio.

O termo pirataria cresceu semanticamente, angariando novos sentidos. Hoje, é usado indiscriminadamente para designar toda reprodução, comercialização e distribuição de qualquer material (musical, escrito, audiovisual), sem que ocorra o pagamento dos devidos direitos ao autor, ao artista, ao criador. Todos os produtos de grife, prestigiados socialmente, são alvos permanentes de pirataria (tênis, bolsas, calçados, trajes etc.). No Brasil, o caso dos CDs e DVDs é, indubitavelmente, um dos mais comuns e notórios. Em todos os grandes centros encontramos pontos de venda clandestina, em que se encontram todos os tipos de mercadoria. Mas a pirataria não para por aí. As dificuldades para proibição deste tipo de comércio são muitas. A internet, cada vez mais barata e acessível, se tornou uma grande e chamativa vitrine. Como docentes, quando reproduzimos, na academia, textos de autores modernos, quer por xerox, para os nossos alunos, quer disponibilizados pela internet, ou diretamente das fontes impressas, estamos contribuindo – voluntária ou involuntariamente - para a proliferação do fenômeno. A situação é complexa. Fábio Emilio Costa, na apresentação da versão brasileira, por ele traduzida, da obra *Cultura Livre*, de Lawrence Lessig, um dos especialistas no assunto, afirma que

entender tal batalha é algo extremamente difícil, pois, em seu fundamento, ambos os lados possuem razões para temerem. De um lado, os artistas e criadores temem perderem sua fonte de renda. Do outro, o público teme perder os seus direitos: direito de escolha, de opinião, de crítica, de livre acesso à informação, de livre pensar. É difícil em meio a tantos argumentos, a grande maioria de certo modo válidos, conseguir realmente discernir a real batalha que está acontecendo: não a batalha franca, mas sim a batalha velada entre aqueles que possuem interesses na “mercantilização” da cultura e aqueles que desejam uma cultura cada vez mais ampla e criativa, forte e participativa (COSTA *apud* LESSIG, s/d.).

Falar sobre o assunto, mesmo sendo um tema atual e necessário, é levantar polêmicas, mesmo porque já chegamos para o debate com opiniões pré-concebidas (por vezes, radicais) e não estamos predispostos a analisar qualquer posicionamento que seja contrário. Por qualquer dos lados que optemos, encontramos, como reza a citação, razões fortes para trazer e fundamentar a discussão.

## A QUESTÃO DA RECEPÇÃO NA LINHA DO TEMPO

(...) o novo rico demonstra seu *status* mediante o consumo conspícuo de produtos que têm pouca ou nenhuma utilidade ou função. Todo objeto comercial tem caráter simbólico: fazer

uma compra envolve a avaliação do seu simbolismo, para decidir se é ou não adequado ao seu comprador.

(MIRANDA, 2008, p. 42.)

“A reprodutibilidade técnica das obras de arte modifica a relação da massa com a arte. Se tal reprodutibilidade permaneceu retrógrada diante de Picasso, ela se torna progressista diante de Chaplin” (BENJAMIN, 1994, p. 187). Como observamos, trata-se de adequações pontuais. Partes indissolúveis da sociedade do espetáculo, de um lado, a classe dos tecnólogos, que implementam e viabilizam o desenvolvimento de produtos artístico-culturais; de outro, a classe consumidora ávida pelos bens industriais, artísticos e culturais. Cada época, ao sabor das mutações inerentes ao seu próprio tempo, não só elege como instaura os próprios protocolos de recepção. A contemporaneidade, face ao desenvolvimento das novas tecnologias, principalmente as dialógicas e digitais, facultou uma reprodutibilidade, com intensidade e rapidez jamais imaginadas em tempos anteriores.

Paira no ar resquícios de desumanização indefinidos. Vivemos numa sociedade desigual e injusta. Entre a cultura e a sociedade há que se instaurar uma relação eficaz e humana de trabalho; trabalho em que se expressem livremente a sensibilidade e os anseios comunitários; em que se dê livre curso à inteligência amordaçada, anestesiada; em que se implementem fluxos libertários da imaginação, mas, também, uma relação que reflita a experiência do real em seus desdobramentos, em suas necessidades e carências. É urgente e necessário que o ato de existir com dignidade, com respeito, com acesso aos bens culturais não esteja restrito apenas a uma pequena parcela da população privilegiada política e economicamente, mas possa, também, de forma similar, estar disponível e acessível para a grande parcela da população que apenas subsiste precariamente. A pirataria, alternativa encontrada para a sobrevivência, motivada pela ausência de políticas públicas, é vivenciada no dia-a-dia, em alguns casos, como ilegalidade, como clandestinidade, em outros, como contravenção. Representa, para os seus múltiplos atores, a vida no limite das tensões. Para além da marginalização, os que se envolvem com a pirataria enfrentam todo tipo de concorrências (leais, desleais), tornando-se alvo de batidas policiais (que algumas vezes agem dentro da lei, mas, mais frequentemente, ilegalmente); ficam, ainda, à mercê da repressão e do jogo de interesse das instâncias administrativas e governamentais.

Voltando à obra de arte e refletindo sobre o seu contexto de circulação, nos nossos dias já não questionamos mais a perda da aura. Que sentido tem, para os que protagonizam essa trama

perversa, a autenticidade de uma obra de arte? Da mesma forma que se sofisticaram os produtos audiovisuais disponíveis no mercado, a sua reprodução, antes precária, também se aperfeiçoou, se sofisticou. Isso, evidentemente, não quer dizer que, em termos de reprodução, se obtenha e se preserve a qualidade do produto original. Há bem pouco tempo, não conseguíamos, em aparelhos convencionais, reproduzir CD ou DVD pirata. O setor industrial, atento ao crescimento desse filão insurgente de consumo, imediatamente se adequou e, hoje, os equipamentos disponíveis – desde os mais baratos até os mais sofisticados – se adaptaram e se inseriram efetiva e confortavelmente na realidade desse mercado informal. Em outros termos, as grandes e tradicionais indústrias adequaram os produtos às modalidades alternativas disponíveis no mercado, o que, de certa forma significa dizer que – implícita ou explicitamente - deram aval para que essa modalidade de produção continuasse no mercado.

## BREGA S/A

A cultura do descartável quer descartar-se a si mesma.

(SANT'ANNA 2003, p.82. In: *Desconstruir Duchamp*)

Se a inovação, em outras conjunturas melhor estruturadas, é facultativa, para nós, ela se torna, de certo modo, imperativa. Premissa da arte, necessitamos constantemente inovar para subsistir, para crescer, para se firmar, se (re)afirmar, para existir social, cultural e artisticamente.

Moldando novas competências, as atividades artístico-culturais repercutem, de forma decisiva, no mercado, na atuação individual e coletiva, nos processos comunicacionais, nos segmentos educacionais. Entender esses mecanismos não é tarefa fácil. Pondo em cena diferentes competências interculturais, o filme documentário *Brega S.A.*, uma produção paraense de que tratamos a seguir, mapeia os processos de produção, circulação e recepção do brega, gênero musical de apelo popular, nos fornecendo um rico painel para reflexão.

Com roteiro e direção de Vladimir Cunha e Gustavo Godinho, gravado no período compreendido entre os anos de 2006 e 2009, por artistas sem grandes recursos materiais, em estúdios precários e improvisados, o documentário *Brega S.A.* discorre sobre o cenário de produção e distribuição do tecnobrega em Belém do Pará. O filme, concebido originalmente para explicitar, diagnosticar e, sem dúvida, para divulgar o gênero, evidencia relações profundas do brega (do

tecnobrega e seus descobrimentos) e das aparelhagens com a pirataria e, como não poderia deixar de ser, com o mercado informal. A difusão desenfreada do tecnobrega e das aparelhagens, principalmente nas áreas periféricas da cidade, mostra como essa modalidade de expressão musical, arrastando multidões, de certa forma assimilou e adaptou para a tecnologia moderna a música romântica dos anos 70 e 80 do século passado.

Evidenciando diversas faces do fenômeno, o filme, proposto como canal para divulgação do tecnobrega, expõe, na atualidade, o processo de criação do gênero no Pará. O tiro, no entanto, saiu pela culatra: o que deveria ser um produto de divulgação publicitária positiva, acabou, ao explicitar os mecanismos de produção, depondo contra artistas e produtores, revelando um claro descaso dos artistas em relação à qualidade dos produtos musicais veiculados. A sequência de entrevistas de alguns artistas, MC Marcos Maderito (que se autodenomina o “Garoto Alucinado”, um dos líderes da *Gang do Eletro*), DJ Maluquinho, DJ Dinho, DJ Ellyson e DJ Juninho, Beto Metralha, estrelas maiores do mundo das aparelhagens, faz vir à tona, claramente, a relação entre tecnobrega e população, marginalidade e consumo, trabalhadores braçais e gangues locais, bem como a popularização de uma tecnologia de fundo de quintal que ganha força principalmente a partir do final da década de 90.

Ante o resultado inesperado e totalmente adverso do que se esperava originalmente, os CDs foram imediatamente retirados do mercado, mas, uma vez disponível na internet, continua sendo acessível ao público interessado. Entregues à própria sorte, essas formas de produção e propagação do brega, como bem mostradas no filme, deixam claras as maneiras adotadas para que esse estilo musical se associasse à pirataria, criando uma rede de distribuição alternativa que se contrapõe ao modelo oficial de comercialização. Sem rodeios, o filme apresenta um painel geral, que engloba concepção, produção e distribuição do produto. Todos os seguimentos envolvidos no processo artístico e de produção têm voz: produtores e consumidores; vendedores e cambistas; gravadores e cantores; dançarinos, bailarinos e as equipes, as ‘galeras’; jornalistas e especialistas (depoimentos, por exemplo, de Lúcio Flávio Pinto, jornalista e intelectual conceituado no cenário local e nacional por suas colocações contundentes e polêmicas). Inserido num contexto socioeconômico em que faltam políticas públicas e culturais, fica exposta a fragilidade das diversas faces da produção. Ao se descuidar do nível artístico, ao repetir fórmulas banais e previamente testadas, ao não investir na criatividade, ao privilegiar a malícia, ao dar ênfase ao efêmero, ao resvalar para o vulgar, o filme,

infelizmente, põe em destaque uma lamentável, triste e deplorável realidade: a realidade dos tecnos (brega, melody etc). O aumento de oferta de conteúdos de mídia padronizados e pobres pode dar lugar a uma ideia de falsa diversidade. Educando sensibilidades, a Arte tem como compromisso, não necessariamente o belo ou o feio, mas, sempre, o inusitado, a criatividade, o indizível, o prazer, a fantasia, o respeito à inteligência do receptor. Repetir fórmulas leva à padronização e, no caso, à alienação. A criação artística e todas as consequentes formas de inovação são passaportes para a imaginação, para, a partir da nossa realidade, dar possibilidades de recriação livre de novos universos artístico-culturais.

## REPENSANDO CONJUNTURAS SOCIAIS E MERCADOLÓGICAS

O estudioso dos meios logo verá que os novos meios de qualquer período não tardam em ser classificados como pseudo, por aqueles que viviam em função dos padrões dos meios anteriores – quaisquer que tenham sido. O que pareceria indicar um traço normal e até amistoso, no sentido de assegurar um máximo grau de continuidade e de permanência social em meio à mudança e à inovação.

(McLUHAN.2001, p. 23.)

Real e, agora, mais virtualmente, vivemos em um mundo constituído de e por imagens. Imagens que nos representam, que consumimos, que nos consomem, que, pelo excesso com que se apresentam, nos atordoam. É, ainda, Baudrillard (2002, p. 98) quem nos adverte: “o silêncio pertence à imagem. Mas é só o silêncio da voz. A maioria das imagens grita de outra forma: elas gritam de verdade e de realidade”. Imagens veiculando verdades, verdades quase sempre provisórias e questionáveis, mutantes verdades que perambulam numa realidade que nos é hostil, e que, por vezes, até nos desumanizam. Consumimos e, ininterruptamente, somos consumidos. Retratos espaciotemporais, as atividades artístico-culturais, em qualquer sociedade, acabam por incidir sócio, política e economicamente nesta mesma sociedade. A desestruturação, a pobreza, o desemprego e a carência (para não dizer ausência) de políticas públicas, em Belém, refletem-se diretamente na sociedade, nas atividades exercidas por grande parte da população, que, como alternativa, envereda-se não para a ilegalidade, pelo menos para a contravenção. Por falta de investimentos básicos, por descaso governamental, grande parte de nossa população – em todo o estado - sobrevive ainda de atividades informais.

Por outro lado, como bem sabemos, é inerente ao ser humano a vontade de posse, o desejo de acesso aos bens culturais, bem como a necessidade de se aprimorar, adquirindo conhecimentos seja através da arte, seja através da ciência. O consumismo, alimentado por uma poderosa máquina publicitária, torna desejável produtos que seriam absolutamente supérfluos para o público em geral. Os bens culturais, nessa perspectiva, se convertem em objetos de desejo. Mensuramos o valor dos homens mais por aquilo que ostentam, por aquilo que possuem, do que por aquilo que interiormente são. Sinônimo de poder, ter é, na contemporaneidade, mais importante do que ser. Embora em escala menor, saber é, também, poder. A experiência estética que vivenciamos na contemporaneidade modifica ou, pelo menos, descentra a conceito basilar de originalidade proposto por Benjamin. Se, ainda, não abdicamos da noção de originalidade, também, ela já não representa mais o centro de tudo. Na era dos simulacros, menos exigentes, mesmo cientes dos riscos, das implicações, contentamo-nos, agora, não raro, com as cópias.

Fenômeno irreversível e sabidamente incontrollável, constituindo-se como um dos problemas para os nossos tempos, a pirataria é filha indesejável desse mesmo contexto contemporâneo complexo e paradoxal. Perguntamo-nos: seria o caso, talvez, de aprendermos a lidar com o crescimento da pirataria em todos os âmbitos, criando protocolos que, analisando prós e contras, redefinem a realidade que se instituiu, a partir da informalidade que grassa a vida moderna? Para dar conta da complexidade do momento, outros muitos questionamentos se impõem.

Ante a necessidade cada vez mais desenfreada de consumo, faz-se necessário desafiar os tradicionais preceitos aceitos como politicamente corretos; de, talvez, impor novos modos de produção; de, possivelmente, reconfigurar e instituir novos valores, alguns, inclusive, controversos. Estão, no pêndulo que oscila entre o legal e o ilegal, abaladas as estruturas tradicionais, uma vez que tudo, absolutamente tudo, é passível de reprodução, de falsificação. Os diagnósticos sobre esse fenômeno são ainda imprecisos e não podem ser abarcados integralmente por esta ou aquela teoria, mas precisam ser repensados com vagar e de maneira não absoluta. Os cenários socioculturais estão em constante transformação e o mercado, para sobreviver, estrategicamente acompanha o avanço das novas tecnologias e se adapta facilmente às contingências do momento.

O capitalismo gera novas e desenfreadas formas de consumo, e isso afeta todas as dimensões da vida humana, perpassando por instâncias da moda, das tecnologias, enfim, dos bens de consumo, tornando-os atraentes (para não dizer indispensáveis) através das mídias. Reificados e endeusados

pelo mercado consumidor, os signos se invertem e, ao se proliferarem, instituem novas simbologias, se confundem, se interpenetram, exigindo, simbólica e semanticamente, novas posturas interpretativas, interferindo na legalidade vigente. A era das essências e da originalidade coexiste pacificamente com consumível, com o inautêntico, com o efêmero, com o descartável, nivelando e massificando produtos culturais num mundo em que tudo, absolutamente tudo, é passível de reprodução. Há, entretanto, resistências ferrenhas, uma vez que, nesse processo de reprodução em massa, nem todas as pessoas se deixam seduzir pelos produtos piratas.

O discurso corrente é o de que, pelo fato de os filmes, os *shows*, os videoclipes etc, em CD e DVD, serem cópias do original, não guardariam a essência do produto de origem. Outras questões se impõem, sobretudo as de cunho econômico, que envolvem os direitos autorais, a quebra de divisas, sonegação de impostos. Tais questões, embora relevantes e oportunas, se contrapõem à ideia de socialização das artes midiáticas preconizada pela praticidade dos protocolos adotados pela pirataria. O direito nasce dos contextos sociais. Atende especificidades contextuais e conjunturais. Não desejamos, aqui, polemizar pontos de vista contrários, mas demonstrar que a reprodução técnica, desvinculada da prática tradicional, ao mesmo tempo que encontra muitos defensores, esbarra, também, em sólidas opiniões contrárias.

A obra de arte, capturada pelas tecnologias digitais contemporâneas, se reconfigura, reconstituindo e reestruturando especificidades do texto anterior, principalmente no que se refere à reprodução de imagens e, através de técnicas não disponíveis à época da sua produção, permitem que o texto original se revalorize, ganhando, em se tratando, no caso, particularmente das imagens, cores e contornos mais nítidos, evidenciando especificidades, ressaltando minúcias que não seriam passíveis de observação no contexto em que foram concebidas.

O tema abordado é complexo. Reflete uma realidade multifacetada e igualmente complexa, com novas exigências socioeconômicas. Temos ciência de que ainda estamos longe de consensos ou de conclusões convincentes. A trilha, no entanto – mais que um convite: um desafio, uma provocação –, está aberta. Sigamos.

## REFERÊNCIAS:

BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade de consumo**. Lisboa: Edições 70, 1995.

BAUDRILLARD, Jean. **Coll Memories IV – crônicas, 1996-2000**. São Paulo: Estação Liberdade, 2002.

BENJAMIN, Walter. **Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura história da cultura**. Trad. Paulo Sérgio Rouanet. 7. ed. São Paulo: Brasiliense, 1994.

**BREGA S/A**. Filme, documentário. Ano: 2009. Escrito, dirigido e roteirizado por Vladimir Cunha e Gustavo Godinho. Produção: Téo Mesquita, Lívia Condurú, Priscilla Brasil. Elenco: DJ Dinho, Marco Maderito (O Garoto Alucinado), DJ Maluquinho, Beto Metralha, Mauro Classe A, Paulo Cal, Lúcio Flávio Pinto e Rubens Camelô.

LESSIG, Lawrence. **Cultura livre: como a mídia usa a tecnologia e a lei para barrar a criação cultural e controlar a criatividade**. Disponível em p: // [www. lessig. org/ blog/ archives/ 001840. Shtml](http://www.lessig.org/blog/archives/001840.Shtml), [http: // www. free-culture. cc/ reviews/](http://www.free-culture.cc/reviews/). Consulta em 08.09.2013.

MCLUHAN, Marshall. **Os meio de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix, 2001.

MIRANDA, Ana Paula de. **Consumo de Moda: A relação pessoa-objeto**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2008.

SANT’ ANNA, Affonso Romano. **Desconstruir Duchamp**. Rio de Janeiro: Vieira & Lent, 2003.

## SOBRE OS AUTORES

Joel Cardoso é Doutor em Letras, área de concentração em Literatura e Cinema (UNESP-SP), Mestre em Teoria da Literatura (UFJF-MG), Graduado em Letras (USP), Pedagogia (USP) e Direito (Inst. Vianna Jr – MG). Atua como docente da Universidade Federal do Para, Instituto de Ciências da Arte, atuando na Graduação (Curso de Cinema) e Pós-Graduação (Mestrado em Artes.)

Luiz Guilherme dos Santos Júnior é Mestre em Teoria da Literatura (UFPA), doutorando em comunicação pela PUC-RS. Possui Graduação em Letras, pela UFPA. É, atualmente, professor (no Campus Universitário de Breves-PA) atuando nas seguintes áreas: Literatura Brasileira e Portuguesa, Comparatismo, Estudos Culturais e Teoria Literária.