



## **Internet Como Meio de Acesso a Obras Cinematográficas por Canais Oficiais e Extra-oficiais: evidências da pirataria na circulação do filme Deixa Ela Entrar<sup>1</sup>**

Liana Gross Furini<sup>2</sup>  
Roberto Tietzmann<sup>3</sup>

Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, RS

### **RESUMO**

Desde a popularização da internet doméstica ela foi se tornando peça fundamental na divulgação de obras audiovisuais. Quando se trata de filmes fora do circuito pop, ela deixa de ser apenas meio de divulgação e passa a se tornar, também, meio de acesso a essas obras, já que elas não costumam fazer parte do acervo das lojas e locadoras. Esse trabalho tem como objeto de pesquisa o filme Deixa Ela Entrar, dirigido por Tomas Alfredson, e as janelas de circulação das obras cinematográficas no contexto contemporâneo, pautado pela facilidade de circulação de arquivos trazida pela Internet. Esse artigo faz parte de uma pesquisa de mestrado, na qual é proposta a criação de uma metodologia para delimitar os espaços e práticas da pirataria cinematográfica, determinando elementos que tornem possível verificar a circulação extraoficial de um filme na Internet.

**PALAVRAS-CHAVE:** cinema; distribuição; internet; pirataria.

### **INTRODUÇÃO**

A circulação de filmes e bens culturais se beneficiou amplamente da eletrificação e posterior digitalização de ferramentas e meios a partir da segunda metade do século XX, conforme é bastante explorado por autores como McLuhan (1974), Negroponte (2002), Levy (1999) e Lessig (2005).

A facilidade de replicação e transmissão presente na Internet a situa como um espaço de disputa: ao mesmo tempo se coloca como um repositório infinito de atrações

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no DT 4 – Comunicação Audiovisual do XIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 30 de maio a 01 de junho de 2013.

<sup>2</sup> Mestranda pelo PPGCOM da Famecos/PUCRS, mesma universidade em que se graduou em publicidade e propaganda. E-mail: lianagrossfurini@gmail.com.

<sup>3</sup> Roberto Tietzmann é professor do programa de pós-graduação em comunicação da PUCRS e orientador dessa pesquisa. Pesquisa interfaces entre efeitos visuais, montagem, design e narrativa cinematográfica. E-mail: rtietz@pucrs.br.



e pode ser apontada como um espaço de prática de atividades ilícitas favorecida pela tecnologia. Na linha de frente desta disputa está o que é definido amplamente como "pirataria": a circulação de conteúdos sem a concordância prévia de seus autores ou proprietários. Nesta comunicação damos início a uma discussão questionando qual é o papel que a internet tem enquanto fonte de acesso aos filmes depois que eles saem das salas de cinema.

Tomamos como objeto o longa-metragem de horror *Deixa Ela Entrar* (do original *Låt Den Rätte Komma In*), de 2008, do diretor sueco Tomas Alfredson. O filme foi distribuído pela Magnolia Pictures e, segundo o *site* The Internet Movie Database (IMDB, 2013), chegou aos cinemas brasileiros no dia 02 de outubro de 2009, pouco menos de dois anos depois do seu lançamento na Suécia, em 26 de janeiro de 2008. Escolhemos esse filme em função da sua distribuição ter sido restrita no Brasil, principalmente nas salas de cinema em Porto Alegre.

Esse texto faz parte das etapas iniciais de uma pesquisa de mestrado sobre o tema. Aqui é utilizado o método de pesquisa exploratória conforme Fonseca Júnior (2005) e o levantamento de dados secundários foi feito principalmente em *sites* e artigos na internet por entendermos que as discussões deste tema se travaram preferencialmente nestes espaços para cuja análise propomos uma metodologia preliminar.

## **CONCEITOS E ANOTAÇÕES HISTÓRICAS A RESPEITO DA PIRATARIA**

A prática da pirataria surgiu antes mesmo de ser chamada assim. Orrico Jr. acredita que ainda na pré-história o homem precisava caçar e armazenar alimento, e essas atividades demandavam esforço físico e mental. “Nesse contexto (...), alguns menos dotados dessas capacidades, mais dotados de esperteza que escrúpulos, parecem ter encontrado na pirataria uma forma mais fácil de sobreviver” (ORRICO JR., 2004, p. 22).

Trazendo o conceito para a atualidade, pirataria se refere à apropriação não autorizada de produtos ou serviços que estejam sob resguardo de direitos autorais. Esses produtos ou serviços pode ser relativo – como vamos tratar aqui – a produção audiovisual, mas também a qualquer outro artigo que tenha a possibilidade de ser reproduzida, como música, software, roupas, aparelhos eletrônicos, etc. O acesso a materiais piratas pode acontecer por profissionais que buscam monetização através da venda desse material, por provedores de serviço, que dão o 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 Ribeiro, a pirataria de uma forma geral “é definida pela Interpol como um dos delitos mais lucrativos do mundo, capaz de movimentar, anualmente, cerca de US\$ 520 bilhões” (RIBEIRO, 2011, p. 176). Já no contexto cinematográfico, é definida por Segrave (2003) como o uso ou a reprodução e distribuição não autorizada de um filme. Embora a indústria de produção audiovisual frequentemente posicione a pirataria como um crime e haja ações tecnológicas e policiais para coibi-la, Lessig (2005) faz um contraponto radical ao afirmar que

Se ‘pirataria’ significa usar a propriedade intelectual de outros sem sua permissão (...), a história da indústria de conteúdo é a história da pirataria. Todos os setores importantes da grande mídia de hoje – filmes, discos, rádio e TV a cabo – nasceram da pirataria, se a definirmos assim. A história principal é como os piratas da geração passada se tornam os bacanas dessa geração – até agora. (LESSIG, 2005, p. 74).

A prática acompanha a indústria cinematográfica desde seu início, em fins do século XIX, conforme Toulet (1995), sendo responsável indireta pela preservação de versões de filmes como Viagem à Lua (do original Voyage Dans La Lune), filme de 1902 de Georges Méliès, quando companhias concorrentes duplicavam sem licença as cópias (DECHERNEY, 2012). O catálogo dos mais de 500 filmes de Méliès só foi sendo preenchido à medida que seus filmes, que haviam sido pirateados, foram encontrados. Mesmo utilizando o símbolo de *trademark* em cada frame de seus filmes, Méliès teve seus filmes copiados, entre outros, por Fred Balshofer, que meticulosamente tirou o símbolo de cada frame dos filmes antes de copiá-los (BOWSER, 1990, p. 137). Balshofer trabalhava para a Lublin’s Philadelphia store, que esteve envolvida em muitas cópias de filmes. Quando copiado, o nome do filme de Méliès foi trocado para “Viagem a Marte”, dificultando para que fosse descoberto (ECKHARDT, 1997, p. 46).

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 onde Gerbase (2007) destaca que “o espectador atua à margem do sistema e obtém o que quer baixando conteúdos disponíveis na rede, ou comprando uma cópia clandestina (...)” (GERBASE, 2007, p. 02). Essa comunicação de muitos para muitos – bem diferente das mídias tradicionais, nas quais a comunicação acontecia de um para



muitos –, onde se criou um espaço em que qualquer pessoa podia ser um produtor de conteúdo, caracteriza a *Web 2.0* (TIETZMANN e PASE, 2008).

Lessig aponta que, quando as vendas da indústria fonográfica caíram 11,4%, em 1981, a indústria comprovou o seu ponto de vista, de que “a tecnologia era o problema e bani-la ou regula-la era a resposta” (LESSIG, 2005, p. 90). Gerbase converge com o texto de Lessig, e afirma ainda que a discussão tende a aumentar, já que “as novas e generosas larguras de banda permitem baixar todo tipo de produto audiovisual num tempo inferior a um passeio de carro até a locadora mais próxima. (GERBASE, 2007, p. 02). Pase discorre sobre quando a pirataria atinge a indústria cinematográfica, citando as chaves de proteção que as produtoras criavam para impedir que os arquivos fossem copiados para o computador, mas não impedia a duplicação dos discos e nem que se distribuísse na Internet versões compactadas dos filmes. “A proteção industrial é quebrada em segundos em um computador simples com o uso de softwares como o DVD Shrink” (PASE, 2008, p. 62)

Segundo Lessig (2005), as tecnologias de publicação que eram usadas antes das tecnologias da internet eram caras, então a maior parte das publicações eram comerciais. Já com relação à Internet, o mesmo autor fala 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 de imagens não é novidade quando se fala de pirataria, mas as tecnologias digitais trouxeram a possibilidade de copiar o material infinitamente, já que a qualidade do material copiado é a mesma do original. A possibilidade infinita de cópias somada à facilidade de compartilhamento colaborou para que a Internet ficasse tão popular.

## **JANELAS DE EXIBIÇÃO E O MERCADO CINEMATOGRAFICO**

Um filme tem muitas possibilidades de exibição que vão além das salas de cinema. Selonk destaca alguns desses espaços: videocassete e DVD (agora,



acrescentamos o *Blu-Ray*), televisão aberta, televisão paga e internet. “Com práticas diferentes, a exibição nestes canais complementa o espaço disponível para a comercialização dos filmes” (SELONK, 2004, p. 161).

Normalmente, depois que os filmes param de ser exibidos nas salas de cinema, eles podem ser adquiridos em DVD ou *Blu-Ray* em lojas do país. Porém, muitos filmes – principalmente os que estão fora do circuito hollywoodiano, que tem uma garantia comercial – são lançados no Brasil apenas em DVD e *Blu-Ray* em função de não ter tido uma boa bilheteria na estreia no país de origem. Seria o caso do filme *Scott Pilgrim Contra o Mundo* (do original *Scott Pilgrim vs. The World*), do diretor Edgar Wright. O filme estreou em 13 de agosto de 2010 nos Estados Unidos alcançando US\$ 31,524,275 de bilheteria, segundo o Box Office Mojo (2013), resultado considerado baixo para as expectativas. Isso levou a Paramount Brasil a adiar a estreia várias vezes, até que, através de um protesto feito pelos fãs no microblog Twitter, algumas cidades foram escolhidas para passarem o longa. Selonk explica a dificuldade que alguns filmes tem para chegar às praças do Brasil:

Devido à alta competitividade para agendar filmes nas salas de cinema, algumas produções são lançadas diretamente no mercado de vídeo e DVD e outras fazem sua estreia na TV. Isto porque o fluxo de produtos no mercado doméstico – vídeo e TV – é mais ágil do que nas salas de cinema, fazendo com que a grande oferta de produtos audiovisuais seja absorvida (SELONK, 2004, p. 162).

Logicamente, os filmes mais comerciais tem preferência na distribuição e na exibição. “Isto elimina a possibilidade de uma carreira comercial para filmes que não se encaixam neste perfil” (SELONK, 2004, p. 164), como os filmes brasileiros e as produções estrangeiras independentes.

Como frisa Barone, “o modelo de negócios do mercado cinematográfico brasileiro é o global, *made in USA*” (BARONE, 2008, p. 08). Selonk (2004), antecipou que os filmes produzidos pelas *majors* americanas tomam os espaços de exibição, e os títulos menos padronizados acabam ficando com uma parcela menor desse espaço.

Nos cinemas brasileiros, “O circuito exibidor privilegia zonas com alta concentração populacional (...). Na verdade, apenas as capitais de todos os estados brasileiros possuem cinema, bem como suas maiores cidades” (SELONK, 2004, p. 156). Segundo Barone (2008), 92% dos municípios brasileiros não tem salas de cinema. Nesse caso, mesmo os filmes que são exibidos no cinema precisam de outros espaços



para que o filme possa ser visto pelo grande público que tem um acesso difícil às salas de cinema.

As tecnologias digitais facilitaram a possibilidade de as pessoas assistirem a qualquer produção cinematográfica sem precisar sair das suas casas. “Em escala global, as tecnologias digitais estão possibilitando a ampliação da circulação, inclusive comercial, do produto cinematográfico em outros suportes” (BARONE, 2008, p. 06). Essas tecnologias acabaram contribuindo para a criação de uma nova forma de consumir esse tipo de 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 fossem 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 através dos formatos de compressão e do aumento das bandas domésticas foram muito importante para o aumento da distribuição generalizada de conteúdo (TIETZMANN e PASE, 2008).

Além da questão técnica, as tecnologias digitais foram grandes influenciadoras na criação de uma cultura na qual compartilhar conteúdo é muito importante. Roberto Tietzmann e André Pase, em sua comunicação no Seminário Blogs, Redes Sociais e Comunicação Digital na Feevale, em 2008, já diziam que a Internet alterou a forma como o conteúdo era publicado e difundido na internet, haja vista que, dentro desse ambiente, cada indivíduo faz parte do diálogo. Dessa forma, receptores de conteúdo se tornam também emissores no momento em que também compartilham seu conteúdo. Pierre Lévy, em seu livro, *A Inteligência Coletiva*, fala 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” (LÉVY, 2007, p. 62)

## **OS VAMPIROS SUECOS DE ALFREDSON**

O objeto que vamos tratar é o filme de horror *Deixa Ela Entrar*, de Tomas Alfredson. O longa-metragem se passa em Estocolmo, Suécia, e conta a história de Oskar, um menino de 12 anos, muito solitário. Ao brincar no pátio do prédio onde mora, como sempre, conhece sua nova vizinha, Eli, também muito solitária, que havia se mudado recentemente. De repente, alguns assassinatos começam a acontecer na cidade,



nos quais todo o sangue das vítimas é retirado. Em um desses assassinatos, o filme mostra que Eli é uma vampira e é ela quem está matando as pessoas (aparentemente para que elas não virem vampiros também). Oskar descobre o segredo de Eli e os dois viram grandes cúmplices.

Esse filme não teve o padrão de circulação citado anteriormente. Em 01 de outubro de 2010 foi lançada uma versão hollywoodiana desse filme, do diretor Matt Reeves, com o nome de *Deixe-me Entrar* (do original *Let Me In*). Essa versão ocupou o lugar do original sueco primeiramente nas salas de cinema – o filme sueco esteve em 53 salas de cinema no mundo inteiro, enquanto o americano foi exibido em 2.020 salas, segundo o *site* Box Office Mojo (disponível em [www.boxofficemojo.com](http://www.boxofficemojo.com), acesso em 09 de março de 2013) – e também nas estantes das lojas e locadoras brasileiras.

O filme de Alfredson não está à venda nos *sites* de três grandes lojas de filmes brasileiras: Livraria Saraiva (disponível em [www.livrariasaraiva.com.br](http://www.livrariasaraiva.com.br), acesso em 13 de abril de 2013), Livraria Cultura (disponível em [www.livrariacultura.com.br](http://www.livrariacultura.com.br), acesso em 13 de abril de 2013) e Submarino (disponível em [www.submarino.com.br](http://www.submarino.com.br), acesso em 13 de abril de 2013) e nem está disponível para aluguel no site da locadora Blockbuster (disponível em [www.blockbusteronline.com.br](http://www.blockbusteronline.com.br), acesso em 13 de abril de 2013). Em contraponto, só no *site* Torrentz.eu (disponível em [www.torrentz.eu](http://www.torrentz.eu), acesso em 18 de abril de 2013) tem 9 versões do filme, 6 delas em DVDRip (ou seja, em qualidade de DVD). Na rede privada de *downloads* de *torrent* Bj2.me (disponível em [www.bj2.me](http://www.bj2.me), acesso em 16 de abril de 2013) tem 2 versões do filme em DVDRip já com legendas em português sincronizadas.

## **COMO VERIFICAR A PIRATARIA?**

Ao propormos um estudo sobre a pirataria cinematográfica na internet, nos deparamos com o a dificuldade de delimitar os espaços, práticas e ferramentas aplicadas com esse propósito. Neste estudo preliminar desenhamos o início da metodologia para esta análise que aqui é descrita em sua segunda interação, tendo a primeira sido discutida academicamente em FURINI e TIETZMANN (2013). Destacamos o caráter provisório desta metodologia que poderá ser estendida em interações futuras.

Pensando em uma metodologia que se presta para mapear o contexto de pirataria do *Deixa Ela Entrar*, propomos algumas estratégias: para começar, buscamos conhecer as datas de lançamento da obra na sua janela principal (no caso, as salas de cinema).



Nesse sentido, descobrimos que a estreia no seu mercado doméstico (ou seja, o mercado de origem) aconteceu no dia 26 de janeiro de 2008. O próximo passo foi verificar que a mesma obra chegou aos cinemas brasileiros no dia 02 de outubro de 2009. Depois de coletadas essas informações oficiais referentes à obra, passamos para a investigação das versões piratas. Para tanto, utilizamos *sites* livres (sem a necessidade de cadastro) que utilizam o método de *download* de *torrent*, como The Pirate Bay (onde encontramos 6 versões no acesso em 18 de abril de 2013), isoHunt (onde tivemos 27 resultados e, destes, 24 eram de fato sobre o filme em questão, acesso em 18 de abril de 2013), Torrentz (com 11 resultados, sendo 9 do filme, acesso em 18 de abril de 2013) ou comunidades fechadas de *torrent*, como o Bj2.me (2 resultados em 18 de abril de 2013), que disponibiliza os filmes com legendas em português brasileiro já sincronizadas. Em todos esses *sites*, a versão mais antiga que encontramos data de 13 de fevereiro de 2009, e está hospedada no The Pirate Bay. Através dessa data, é possível verificar quando começa o envolvimento ativo do público com as obras. Para saber em que momento o público brasileiro começou a interagir com as versões piratas, procuramos por legendas em português brasileiro. No *site* Open Subtitles (acesso em 18 de abril de 2013), encontramos 21 versões, sendo a primeira do dia 09 de novembro de 2008. Utilizamos também o Legendas.tv (acesso em 18 de abril de 2013), *site* de legendas focado no Brasil, onde encontramos 17 versões, sendo a primeira do dia 08 de novembro de 2008. Verificamos também que a legenda que foi baixada mais vezes é do Legendas.tv e teve 9.054 *downloads*. Isso é uma evidência circunstancial da circulação do filme.

Além dos *sites* de *torrent*, também procuramos pelo filme em *sites* de *download* direto como, por exemplo, o 4Shared, onde encontramos 91 resultados para a busca (acesso em 18 de abril de 2013) e também no YouTube, onde não há a necessidade de fazer *download* da obra, onde encontramos uma versão do filme dividida em 3 vídeos (acesso em 18 de abril de 2013).

A partir desses elementos, foi possível verificar que o filme teve circulação extraoficial na *web*, e percebemos que essa circulação se deu a partir de novembro de 2008, bastante tempo depois do lançamento do filme no cinema. Essa metodologia está sendo em desenvolvimento e deve ser aprimorada durante a pesquisa de mestrado de qual esse trabalho faz parte.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS



A Internet tem um acervo infinito de obras e, por isso, acaba sendo responsável por atender um público que busca conteúdos raros e fora de catálogo (TIETZMANN e PASE, 2008), mesmo que isso aconteça através de um canal alternativo às estruturas tradicionais de circulação – e ilegal. Quando esse conteúdo é copiado ou reproduzido sem autorização, acontece o que é definido como pirataria. A pirataria é vista como forma de transgressão do curso oficial de consumo de filmes, mas normalmente não é levado em consideração que a internet pode ser a única alternativa para quem quer consumir produtos que estão fora do circuito pop.

Como vimos nesse artigo, um filme tem muitas possibilidades de continuar em circulação a partir do momento que para de ser exibido nas salas de cinema. Acontece que quando esse filme não faz parte do circuito pop, por mais que as pessoas busquem meios oficiais para obter a obra, muitas vezes a internet acaba sendo o único meio de acesso a elas.

A Internet trouxe para a sociedade uma cultura de compartilhamento. Conforme discutido no texto de Castro (2006), os usuários têm a percepção de que baixar músicas na internet é como pegar um CD emprestado, e essas práticas não são entendidas como crime, apenas como uma forma de compartilhamento entre amigos. Esses usuários só percebem a pirataria como crime quando se trata de fabricar e vender CDs falsificados. (CASTRO, 2006, p. 03). O uso doméstico de internet e de aparelhos multimídia tornou natural a questão do compartilhamento de arquivos. Os indivíduos não são mais meros espectadores da mídia. Eles agora participam ativamente dela.

Entrando no contexto do filme *Deixa Ela Entrar*, podemos dizer primeiramente que ele não faz parte do circuito pop da indústria cinematográfica e, por esse motivo, foi exibido em poucas salas de cinema. Isso se agravou em função do lançamento da versão hollywoodiana do filme, do diretor Matt Reeves. Por ter mais garantia de retorno financeiro em função da produção americana, essa versão do filme fez com que o original sueco tivesse um acesso mais dificultado ainda. Como analisamos, o filme não estava à venda nos sites das principais lojas do país, mas podia ser encontrado com facilidade em vários sites de *download* de *torrent*. Esse fato somado à cultura do compartilhamento de arquivo em que vivemos fez com que a pirataria desse filme se tornasse algo inevitável.

A pirataria nos parece muito clara. Porém, quando propomos um estudo sobre o tema, percebemos a falta de estudos de cunho científico sobre o tema. Baseados nesse



fato é que propomos a metodologia para Por esse motivo, propusemos uma metodologia que tem como objetivo facilitar a verificação da pirataria nas obras cinematográficas.

## REFERÊNCIAS

AMBROSI, Alain; PEUGEOT, Valérie; PIMIENTA, Daniel. **Desafios de Palavras: Enfoques Multiculturais sobre as Sociedades da Informação**. S/L: C&F Éditions, 2005.

BARONE, João Guilherme. **Exibição, crise de público e outras questões do cinema brasileiro**. Porto Alegre: Sessões do Imaginário, 2008.

BOWSER, Eileen. **The Transformation of Cinema - 1907 - 1915**. New York, Scribner, 1990.

CASTRO, Gisela G. S. **Pirataria na Música Digital: Internet, direito autoral e novas práticas de consumo**. Unirevista, vol. 1, 2006.

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

DECHERNEY, Peter. **Hollywood's Copyright Wars**. New York: Columbia University Press, 2012.

ECKHARDT, Joseph P. **The King of the Movies: film pioneer Siegmund Lublin**. Cranbury: Associated University Presses, 1997.

FONSECA JÚNIOR. **Análise de Conteúdo** In: DUARTE, J., BARROS, A. (Org.) Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação. São Paulo: Atlas, 2005.

FURINI, Liana Gross; TIETZMANN, Roberto. **Scott Pilgrim – Contra o Mundo, mas a favor da internet**. Seminário de Interação Mediada por Computador – SIMC 2013. Porto Alegre: UFRGS, 2013.

GERBASE, Carlos. **Enxugando Gelo: Pirataria e Direitos Autorais de Obras Audiovisuais na Era das Redes**. Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação. Disponível em <<http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/view/193>>, acesso em 17 de outubro de 2012.

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

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**. São Paulo: Edições Loyola, 5ª edição, 2007.

\_\_\_\_\_. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.

MCLUHAN, Marshall. **Os Meios de Comunicação Como Extensões do Homem**. São Paulo: Cultrix, 1974.



NEGROPONTE, Nicholas. **A Vida Digital**. São Paulo: Companhia das Letras, 2002.

ORRICO JR., Hugo. **Pirataria de Software**. São Paulo: MM Livros Editora e Distribuidora, 2004.

PASE, André Fagundes. **Vídeo Online, Alternativa Para as Mudanças da TV na Cultura Digital**. Porto Alegre: Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, 2008.

RIBEIRO, Marcia da Silva. **O Panorama da Pirataria no Mundo e no Brasil**. Rio de Janeiro: EMERJ, 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.

TIETZMANN, Roberto; PASE, André F. **Curiosidade e Fidelização: blogs como ferramentas de distribuição de conteúdo**. Seminário Blogs, Redes Sociais e Comunicação Digital. Novo Hamburgo: Feevale, 2008.

TOULET, Emmanuelle. **Cinématographe, invention du siècle**. Paris: Galimard, 1995.

## REFERÊNCIAS ELETRÔNICAS

4SHARED. Disponível em [www.4shared.com](http://www.4shared.com), acesso em 18 de abril de 2013.

BJ2.ME. Disponível em [www.bj2.me](http://www.bj2.me), acesso em 18 de abril de 2013.

BLOCKBUSTER. Disponível em [www.blockbusteronline.com.br](http://www.blockbusteronline.com.br), acesso em 18 de abril de 2013.

BOX OFFICE MOJO. Disponível em [www.boxofficemojo.com](http://www.boxofficemojo.com), acesso em 18 de abril de 2013.

IMDB. Disponível em [www.imdb.com](http://www.imdb.com), acesso em 21 de março de 2013, acesso em 18 de abril de 2013.

ISOHUNT. Disponível em [www.isohunt.com](http://www.isohunt.com), acesso em 18 de abril de 2013.

LEGENDAS.TV. Disponível em [www.legendas.tv](http://www.legendas.tv), acesso em 18 de abril de 2013.

LIVRARIA SARAIVA. Disponível em [www.livrariasaraiva.com.br](http://www.livrariasaraiva.com.br), acesso em 18 de abril de 2013.

LIVRARIA CULTURA. Disponível em [www.livrariacultura.com.br](http://www.livrariacultura.com.br), acesso em 18 de abril de 2013.

OPEN SUBTITLES. Disponível em [www.opensubtitles.org](http://www.opensubtitles.org), acesso em 18 de abril de 2013.



SUBMARINO. Disponível em [www.submarino.com.br](http://www.submarino.com.br), acesso em 18 de abril de 2013.

TORRENTZ. Disponível em [www.torrentz.eu](http://www.torrentz.eu), acesso em 18 de abril de 2013.

THE PIRATE BAY. Disponível em [www.thepiratebay.org](http://www.thepiratebay.org), acesso em 18 de abril de 2013.

YOUTUBE. Disponível em [www.youtube.com](http://www.youtube.com), acesso em 18 de abril de 2013.