

---

## **Pirataria digital: um estudo sobre o consumo audiovisual no Telegram como forma de democratização de acesso<sup>1</sup>**

Leônidas Teixeira de CARVALHO NETO<sup>2</sup>

Janaína Sibelle Freires AIRES<sup>3</sup>

Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, RN

### **RESUMO**

O presente artigo tem como objetivo apresentar a reconfiguração da pirataria no ciberespaço e como ela se institui no *Telegram*, serviço de mensagens instantâneas, disponível *on-line*, incentivando o consumo audiovisual e contribuindo para discussões sobre a democratização ao acesso do audiovisual no Brasil. Para isso, foi desenvolvido e aplicado um questionário utilizando a metodologia de escala Likert de 05 pontos no canal “Tela *Queer*”, com público LGBTQIA+. Consideramos que a pirataria é um mecanismo que pode impulsionar o consumo e atuar onde o Estado falha ao garantir acesso aos bens culturais, democratizando assim o acesso.

**PALAVRAS-CHAVE:** pirataria digital; *Telegram*; direitos autorais; consumo audiovisual.

### **Introdução**

O presente trabalho busca investigar como a pirataria digital - uma reconfiguração da prática que remete ao crime e atividades ilegais que se manifesta há vários séculos - surge e realiza suas dinâmicas dentro do ciberespaço, tendo um direcionamento maior para novas redes sociais, como o *Telegram*, que surge como um serviço de mensagens instantâneas e que se mostra um meio que potencializa o consumo audiovisual pirata através de sua plataforma. A produção deste artigo é um resultado da pesquisa de conclusão de graduação<sup>4</sup> e com considerações finais para prosseguimento da mesma na área de estudos sobre Economia Política do Audiovisual.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no IJ08 – Estudos Interdisciplinares da Comunicação da Intercom Júnior – XIX Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

<sup>2</sup> Graduado em Comunicação Social - Audiovisual pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte, integra o EPA! - Grupo de Pesquisa em Economia Política do Audiovisual, e-mail: [leonidasc07@gmail.com](mailto:leonidasc07@gmail.com)

<sup>3</sup> Orientadora do trabalho, professora do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal do Rio Grande do Norte. É líder do EPA! - Grupo de Pesquisa em Economia Política do Audiovisual, e-mail: [janaineaires@gmail.com](mailto:janaineaires@gmail.com)

<sup>4</sup> Trabalho de Conclusão de Curso de Leônidas Teixeira de Carvalho Neto, orientado pela Profª. Dra. Janaína Sibelle Freires Aires e submetido à banca junto à Universidade Federal do Rio Grande do Norte, no curso de Comunicação Social - Audiovisual, em junho de 2023.

### **Adentrando mares cibernéticos**

A pirataria é a prática da reprodução e comercialização de obras que violem os direitos autorais, se enquadrando na Lei nº 9.610/98 da Constituição Federal de 1988.

Ao ouvirmos a expressão “pirataria”, nos remetemos a uma prática ilegal que acompanha a humanidade desde bem antes do século XVII, porém foi a partir deste século que o termo conseguiu se instituir no imaginário popular com as práticas criminosas realizadas em alto mar, especialmente na rota das Índias Ocidentais, onde frotas marítimas das potências econômicas da época. Defoe (1997) nos traz um panorama - especialmente descritivo - de como atuavam os piratas e como se organizavam, já Caninas (2009) nos mostra como a ausência de atuação política da época, mostrando que “estabeleceu-se uma rede, tendo a pirataria como atividade central e incluindo portos protegidos, fiscais da coroa comprados, grandes proprietários de terras, comerciantes e especuladores” (CANINAS, 2009, p. 104), resultando uma insegurança generalizada.

Com o avanço da globalização e do desenvolvimento de novas tecnologias de informação e comunicação, a pirataria passa a se reconfigurar em estruturas digitais (AZEVEDO, 2021) e o imaginário popular ressignifica parcialmente a carga pejorativa que é atribuída ao pirata, graças a apropriação da indústria cultural (FURINI, 2015) para uso em produções, gerando a criação do anti-herói que conhecemos coletivamente. Algo que podemos considerar um agravante é a fricção que a pirataria cria com a produção de Walter Benjamin (2018), quando analisamos o processo de cópia e compartilhamento em massa através da pirataria digital, ferindo diretamente a sacralidade da obra não somente os grandes centros comerciais urbanos, mas agora também no digital, onde o envio e o *upload* é mais frequente e massivo, através de diretórios de fóruns, sites hospedados em nuvem. A cibercultura consolida as comunidades virtuais e acaba, com o desenvolvimento e aperfeiçoamento de novas tecnologias de informação e comunicação, mitigando danos causados pela desigualdade social que são profundos no plano físico, como a adesão e efetivação de acesso aos bens culturais, como o audiovisual, em um simples ato de ir ao cinema. A realidade que vemos atrelada ao

---

acesso aos bens culturais mostra que o Estado brasileiro falha na ausência de atuação para efetivar o art. 215 da Constituição Federal de 1988.

A partir da ausência estatal ao não buscar formas de garantir acesso aos bens de cultura é que a pirataria surge nos centros urbanos a partir da década de 1990 começa a se popularizar. No digital, após os anos 2010 vemos sua expansão através de protocolos P2P (*peer-to-peer*) atrelado ao *bitTorrent*, sites como o MegaFilmesHD - derrubado após uma operação da Polícia Federal contra violação de direitos autorais - ou por meio de redes sociais, onde há o compartilhamento massivo e incessante de conteúdo audiovisual.

Moraes (2010) nos traz o argumento de que a pirataria é ignorada pelo brasileiro, tendo a prática se tornado um hábito social. A partir do que fala a autora, nós podemos relacioná-la com a Teoria da Adequação Social (s/a) do jurista e filósofo alemão Hans Welzel, que diz que não é possível reputar criminalmente uma prática que seja socialmente aceita; dessa forma, não seria possível criminalizar a pirataria por tê-la naturalizado na economia ilegal do país. A pirataria digital, por sua vez, se mostra como reconfiguração após o abandono da compra física e da adesão ao digital ter se expandido desenfreadamente, o que beneficia a pirataria, com uma praticidade e custo quase nulo de reprodução de mídias de forma geral teria capacidade de aumentar exponencialmente o acesso à cultura (BITTENCOURT, 2021). O ciberespaço promove a pirataria em diversas camadas na medida em que se aperfeiçoa e que toca mais círculos digitais, gerando para além de um apelo digital, um apelo também social.

Dessa forma, o presente estudo buscou tomar para análise o *Telegram*, um serviço de mensagens instantâneas como o *WhatsApp*, que possui recursos capazes de torná-lo uma rede social e um ponto para consumo audiovisual pirata por suas funcionalidades e que contribui para a sociedade em rede, detalhada por Manuel Castells (2005):

a sociedade em rede, em termos simples, é uma estrutura social baseada em redes operadas por tecnologias de comunicação e informação fundamentadas na microelectrónica e em redes digitais de computadores que geram, processam e distribuem informação a partir de conhecimento acumulado nos nós dessas redes (CASTELLS, 2005, p. 20).

---

É na sociedade da rede - ou da transparência - que o consumo cresce de maneira exponencial e, no caso da indústria audiovisual, de forma desenfreada, com inúmeros lançamentos simultâneos da era do *streaming*. Com o desenvolvimento e a popularização de diversas plataformas de *streaming* e catálogos mais diversos ainda, o consumidor se vê sem foco para saber o que consumir com um alto investimento para consumir pelos meios legais, recorrendo para alternativas não-oficiais.

Sendo assim, esse estudo buscou tomar como objeto de estudo o *Telegram*, que surge como um serviço de mensagens instantâneas semelhante ao *WhatsApp* e que com diversas funcionalidades e a proposta de “comunicar sem limites”, se apresenta como rede social protagonista promover o consumo audiovisual.

Criado em 2013 na Rússia pelos irmãos Nikolai e Pavel Durov, com sede atual nos Emirados Árabes e código de servidor fechado, o *Telegram* foi implementado e permanece até hoje sob a iniciativa de não ter fronteiras, buscando garantir uma maior liberdade de expressão aos seus usuários. Um ponto a se destacar sobre o *Telegram* e desencadear uma problematização é sobre a efetivação e manutenção de uma comunicação sem limites, como seus fundadores promovem. Recentes embates com o Poder Judiciário brasileiro mostraram uma ineficácia atuação dos criadores da plataforma para colaborar com ações que visavam investigar grupos que promoviam atos antidemocráticos e grupos com conteúdos neonazistas; por outro lado, vemos a constante cooperação dos mesmos para derrubar canais que distribuem conteúdo audiovisual na plataforma.

## **Metodologia**

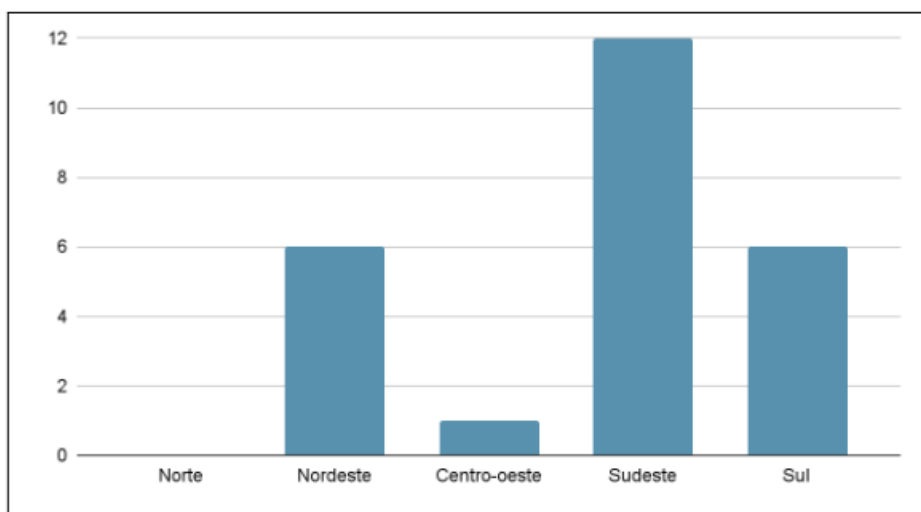
Para dar andamento com a nossa pesquisa, foi desenvolvido um questionário no *Google Forms* baseado na escala Likert de 05 pontos, composto por 05 seções, totalizando 24 perguntas e 01 espaço discursivo de forma opcional para complementar uma das perguntas/afirmativas. Além das seções padrões utilizadas em questionários que utilizam a escala Likert - diagnóstica, frequência, probabilidade, concordância e importância - foi desenvolvida a seção diagnóstica, visando a coleta de dados introdutórios do público consumidor, com perguntas relacionadas a regionalidade, ocupação, identidade de gênero, faixa etária e raça/cor. Para a aplicação do questionário,

foi decidido utilizar dois canais do *Telegram* para aplicação do questionário num período de sete dias no mês de maio de 2023: “Tela *Queer*” e “filmes, séries e livros”; todavia, tivemos êxito apenas na aplicação do primeiro, sendo o segundo banido por violação de direitos autorais antes da aplicação.

## Resultados

De um total de 25 respostas obtidas com o questionário, constatamos que 48% dos nossos respondentes residem na região Sudeste, seguidos de 24% nas regiões Sul e Nordeste e finalizando com 4% na região Centro-Oeste, sem registrar respostas na região Norte, como mostra o gráfico 01.

GRÁFICO 01 - Números absolutos de resposta distribuídos por região

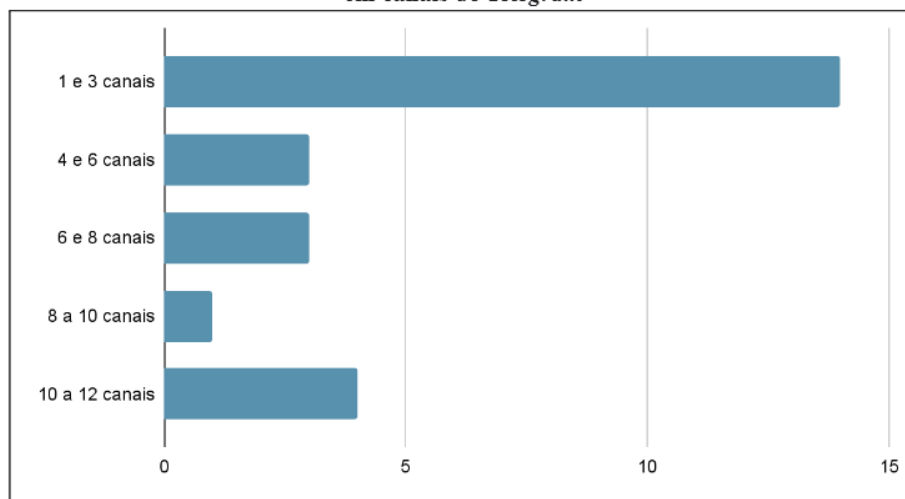


Fonte: Elaboração própria.

Entrando na seção de frequência, determinante sobre a recorrência dos novos piratas dentro do *Telegram* para consumir mais conteúdo audiovisual, ao perguntarmos “Com qual frequência você utiliza o Telegram para consumir conteúdo audiovisual pirateado através de canais?”, foi aferido que dos participantes 60% estão frequentemente na plataforma para consumir audiovisual, 24% afirma estar diariamente e 8% aparece duas vezes nas respostas “raramente” e “ocasionalmente”. Já na assertiva “Dentro do universo de possibilidades de canais com distribuição de conteúdo audiovisual no Telegram, você está entre...”, as respostas nos mostram que 56% dos participantes do questionário afirmam estar na faixa de 1 e 3 canais; 16% está presente

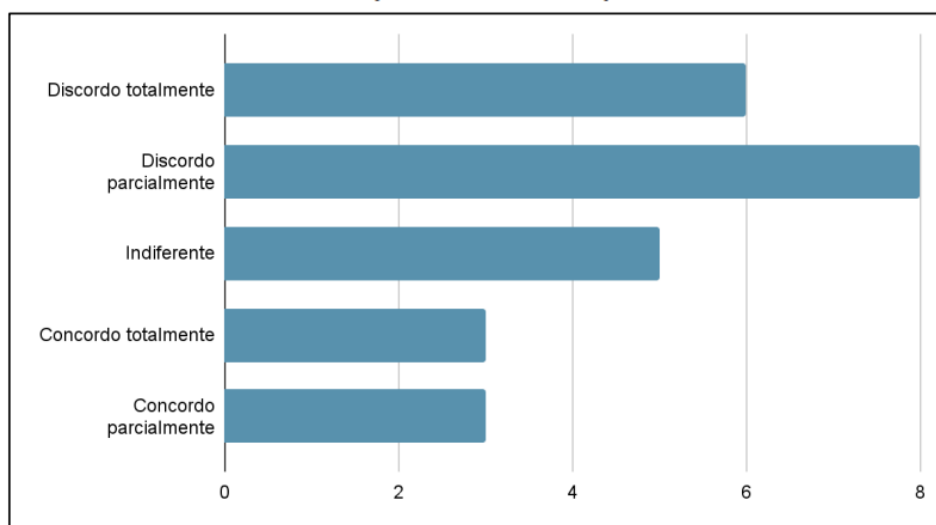
na faixa entre 10 e 12 canais; 12% entre 4 e 5 canais; 12% aparece mais uma vez, sendo na faixa entre 6 e 8 canais e 4% afirma estar entre 8 e 10 canais, como nos mostra o gráfico 02.

**GRÁFICO 02 - Resposta da pergunta nº 08 do questionário sobre frequência em canais do Telegram**



Na seção de concordância, ao verem a assertiva “No que se refere a seu posicionamento quanto ao compartilhamento de conteúdo audiovisual por meio de plataformas como o Telegram, você...”, 60% das respostas mostraram concordância total, 24% concordância parcial, 8% foi para a alternativa “indiferente” e por fim, 8% discorda parcialmente da assertiva. Com a assertiva “O consumo gratuito e compartilhamento de conteúdo audiovisual através do Telegram afeta negativamente os produtores e a indústria cinematográfica (*Disney, 20th Century Fox, Universal Studios*) e televisiva.”, vemos com o gráfico 03 que as distribuição das respostas mostram que 32% das respostas discordam parcialmente, 24% discorda totalmente, 20% se mostra indiferente, 12% se manifesta duas vezes nas concordâncias parcial e total.

GRÁFICO 03 - Respostas da assertiva nº 11 do questionário

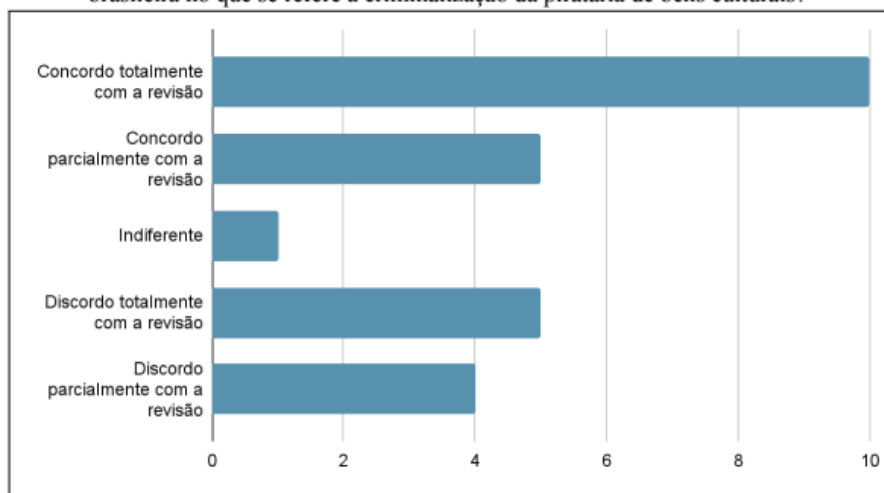


Fonte: Elaboração própria.

Na seção de probabilidade, o gráfico 04 nos mostra que para a assertiva “A probabilidade de você, além de consumir conteúdo audiovisual, compartilhar o material com outras pessoas é...”, 32% afirma que a probabilidade de além de consumir conteúdo audiovisual, compartilhar com demais pessoas do círculo social, é bastante alta; 20% dos participantes afirmaram que a probabilidade é alta e os mesmos 20% se repetem para a neutralidade; 16% deram o indicativo de que a probabilidade é baixa e 12% afirma que a probabilidade de compartilhar conteúdo com terceiros é muito baixa.

Por fim, na seção de concordância, destacamos uma assertiva e uma pergunta que finalizam o questionário do nosso estudo. Na assertiva “Um dos motivos para consumir conteúdo audiovisual através do Telegram são os altos custos do circuito de distribuição de cinema do Brasil (ingressos e demais custos envolvendo a ação)”, as respostas se concentraram em apenas três alternativas: 76% concorda totalmente; 20% concorda parcialmente; e 4% se mostra indiferente. Já na pergunta “Considerando a importância da Democratização do acesso ao Audiovisual, qual o seu posicionamento sobre uma possível revisão da legislação brasileira no que se refere à criminalização da pirataria de bens culturais?”, o gráfico 05 nos mostra que 40% concorda totalmente com uma eventual revisão legislativa do assunto; 20% concorda parcialmente e a mesma porcentagem se repete na alternativa “discordo totalmente”; 16% discorda parcialmente da revisão e 4% se mostrou indiferente para tal.

GRÁFICO 05 - Respostas da afirmativa “Considerando a importância da Democratização do acesso ao Audiovisual, qual o seu posicionamento sobre uma possível revisão da legislação brasileira no que se refere à criminalização da pirataria de bens culturais?”



Fonte: Elaboração própria.

## Discussão

Os resultados do questionário da nossa pesquisa nos mostra que a pirataria é um tópico que gera posicionamento delineados e que tensiona argumentos públicos e privados dentro do ciberespaço e que precisam de análises que perdurem nas áreas de estudos culturais. Castells (2005) nos dava a perspectiva de que os consumidores seriam meros receptores passivos, consumindo de maneira pronta tudo que lhes é posto, se transformando em *mass media*; todavia, vemos que as novas gerações ultrapassam a passividade do consumo e para além de consumidores ativos, também são produtores e engajadores de conteúdo audiovisual no *Telegram*. A formação de um pirata produtor-consumidor-engajador cria um *self* que rompe diretamente com a persona pejorativa que foi atribuída aos piratas históricos, associados a organizações criminosas que visavam o prejuízo econômico dos países.

Se tornando *mass media* no século XXI, o ciberpirata busca ampliar o acesso ao consumo audiovisual sem recortes sociais, sem visar objetivamente e diretamente a democratização ao acesso audiovisual, pouco incentivado pelo Estado brasileiro.

Na realidade, vemos um Estado burocrático (CASTELLS, 2005) que é guiado por um sistema que busca, cada vez mais, o fortalecimento de políticas de *copyrights*, liderado pela indústria cinematográfica estadunidense, centralizando o consumo e as



---

produções, visando a neutralização e extinção da pirataria, sem considerar o auxílio dela para popularização e ampliação do consumo de suas peças cinematográficas/televisivas.

Entretanto, o que não é analisado é que a pirataria surge como desdobramento do consumo dentro da indústria cultural, onde o incentivo e a popularização - especialmente na era da sociedade em rede - impulsiona o alcance de onde as produções podem chegar, inclusive a pessoas de renda mais baixa, que também desejam consumir o que é pago. Assim, a pirataria se repagina de acordo com o desenvolvimento de novos produtos e formatos da indústria cultural, visando atingir públicos distintos de forma mais igualitária. Pierre Lévy (1997), precursor do conceito de ciberespaço e cibercultura, nos diz que o consumo de produtos no ciberespaço não destrói e que até mesmo o compartilhamento desses produtos não ocasiona a perda deles no ambiente digital. A partir disso, podemos constatar como a pirataria é eficaz no ambiente digital, impulsionando o consumo audiovisual de maneira mais prática e volátil.

Dessa forma, os novos piratas buscam romper com a centralização estadista e com a atribuição criminosa que lhes é concebida, mostrando que não possuem um comportamento transgressor, mas sim democratizador ativo, com um desvio que, apontado por Arthur Bezerra Coelho, é socialmente construído (BEZERRA, 2013) pelo convívio social que temos com a pirataria ao longo das décadas em nosso país. A criminalização e associação da prática a organização criminosa tem apenas o objetivo de constranger o indivíduo socialmente e não promove fomento a uma efetiva democratização do acesso ao audiovisual.

Em seu art. 215, a Constituição Federal de 1988 traz ainda em seu *caput* um compromisso: garantir a todos o pleno exercício dos direitos culturais e acesso às fontes da cultura nacional, e apoiará e incentivará a valorização e a difusão das manifestações culturais (BRASIL, 1988). De forma complementar, seu parágrafo terceiro, adicionado com a Emenda Constitucional nº 48/2005, apresenta o Plano Nacional de Cultura e detalha em seu inciso 4º a missão de “democratização do acesso aos bens de cultura”. A constitucionalização deveria nos fornecer a garantia efetiva de que o Estado cumpriria seu compromisso sociocultural de maneira pulverizada e global; entretanto, vemos que, justamente pela omissão estatal, a pirataria surge e toma para si o protagonismo referente a ampliação do consumo aos bens de cultura, que incentiva e fomenta discussões sobre democratização, como criação de espaços urbanos que operem como

---

cinemas de ruas ou com festivais itinerantes, que leve o audiovisual para próximo da população.

É a partir do reconhecimento do protagonismo da pirataria para ampliar o consumo audiovisual no país e com a criminalização da parte do Estado Brasileiro que vemos a repaginação da pirataria constantemente em diversos eixos do ciberespaço. O *Telegram*, por sua vez, é uma alternativa que mostra como uma rede social pode abrigar e comunidades piratas com a possibilidade de compartilhamento de filmes, séries e outros formatos audiovisuais de maneira prática, ágil e instantânea, tendo em vista que a conectividade à internet em domicílios urbanos brasileiros chegou em 2021 ao patamar de 92,3% e no ambiente rural, a porcentagem de 74,7% (IBGE, 2022). O alto índice de conectividade nos mostra que nunca estivemos tão imersos na tecnologia e no ciberespaço e que, com o *Telegram*, vemos uma força potente para aumentar exponencialmente o consumo audiovisual e fomentar discussões sobre a democratização do acesso pela praticidade que a plataforma fornece aos seus usuários, inclusive criando novas relações sociodigitais que não visam o enriquecimento através da prática ilegal, mas de conduzir o direito básico de acesso a um bem cultural como o audiovisual.

### **Considerações finais**

A pesquisa desenvolvida não teve como objetivo desenvolver metodologias que propusessem soluções para combater a pirataria e, tampouco, incentivá-la numa plataforma nebulosa quanto a sua transparência e seu desenvolvimento. O intuito desta pesquisa foi, desde o início, constatar e apresentar um instrumento que está mais próximo de nós do que imaginamos, podendo ser adquirido de forma gratuita em lojas como *App Store* ou *Google Play*. O novo pirata, por sua vez, promove a deslegitimação pela prática social a criminalização recorrente que lhe é incubida pelo Estado de forma pejorativa, chegando a associação criminosa.

O *Telegram* se mostra como uma alternativa viável para ampliar o consumo audiovisual por meio da sua capacidade de armazenamento, *upload* e compartilhamento através de canais sem restrições numéricas e com possibilidade de interação entre membros distintos do ciberespaço, garantindo novas trocas sociodigitais que contribuem para a formação deles.

---

Devemos considerar que existem poucos trabalhos sobre a pirataria digital e que existem abordagens que podem ser levadas em consideração para estudos futuro, como a análise do discurso de órgãos públicos para com a prática e quem a pratica, vendo se existe uma relativização com a prática e seus praticantes, analisando também se pode existir uma forma de considerar a prática de pirataria como um meio e um fim para a democratização do acesso ao audiovisual no Brasil.

## REFERÊNCIAS

AZEVEDO, Matheus Bittencourt. **A rede do pirata: pescando cultura e economia através da prática centenária**. 2021. Trabalho de Conclusão de Curso - Centro Universitário Internacional (UNINTER). 2021.

BENJAMIN, Walter. **A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica**. Porto Alegre: Zouk, 2018.

BEZERRA, Arthur Coelho. A pirataria sob um enfoque moral: representações de jovens consumidores, empreendedores morais da cultura e comerciantes de mídias piratas sobre o trânsito ilegal de bens culturais. In: **ENCONTRO ANUAL DA ANPOCS, 37., 2013, Águas de Lindóia. Anais...** Águas de Lindóia: ANPOCS, 2013.

BRASIL. [Constituição (1988)]. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Brasília, DF: Presidência da República, [2023]. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicao.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm) . Acesso em: 13 jun 2023.

CANINAS, Oswaldo Peçanha. Pirataria marítima moderna: história, situação atual e desafios. **Revista da Escola de Guerra Naval**, n. 14, p. 101-122, 2009.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e terra, 2005.

DEFOE, Daniel. **Uma história dos piratas**. Editora Schwarcz-Companhia das Letras, 2008.

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Acesso à internet e à televisão e posse de telefone móvel celular para uso pessoal - 2021**. Rio de Janeiro: IBGE, 2022. Disponível em: [https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101963\\_informativo.pdf](https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101963_informativo.pdf) . Acesso em: 10 ago. 2023.

LEVY, Pierre. **O que é o virtual?**. São Paulo. Ed. 34, 1997.

MORAES, Cândida Maria Nobre de Almeida. **Pirataria no ciberespaço: como a lógica da reprodutibilidade industrial disponibilizada pelas novas tecnologias afeta a própria indústria**. 2010. 132 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2010.