



## Código e Luta por Autonomia na Comunicação em Rede<sup>1</sup>

Henrique Antoun<sup>2</sup>

Ana Carla de Lemos<sup>3</sup>

André Pecini<sup>4</sup>

Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro (ECO/UFRJ)

### Resumo

O artigo trata do confronto entre o poder da informação e a potência da comunicação na Internet. Problematiza-se essa quimérica contrariedade como uma dialética no seio do capital entre sua forma mercadoria e sua potência social. Se o dinheiro/mercadoria reafirma que a desigualdade rege as relações sociais, o poder de expropriação da propriedade esbarra no limite imposto pelo capital social, que se traduz como potência de colaboração. A questão é examinada através da quebra do código de proteção do HD-DVD e BLU RAY, e a guerra em torno da sua divulgação na Internet. Especial atenção será dada ao sítio Digg, cujos usuários se rebelaram contra o apagamento de mensagens de divulgação do código. A partir deste caso, pensa-se os limites e possibilidades da *web 2.0* e da *sharing economy* na luta da multidão por autonomia.

**Palavras-chave:** Autonomia, Cibercultura, Comum, Mediação, Multidão

*O problema, claro, é que há muitas pessoas inteligentes no mundo, algumas com um monte de tempo nas mãos [...]*<sup>5</sup>.

Steve Jobs, sobre a quebra dos códigos de proteção DRM

### 1) Sinais de mudança

Um dos sintomas de que a distribuição de produtos culturais ou imateriais e as leis que a regulam estão de fato mudando pôde ser notado em um evento chamado

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no VII Encontro dos Núcleos de Pesquisa em Comunicação – NP Tecnologias da Informação e Comunicação.

<sup>2</sup> Doutor em Comunicação (ECO/UFRJ, 1993), Pós-Doutor em Comunicação (Universidade de Toronto, 2006), Professor e Orientador da Linha de Pesquisa Tecnologias da Comunicação e Estéticas e Pesquisador do CiberIdeia – Núcleo de pesquisa em tecnologia, cultura e subjetividade do PPGCOM da UFRJ. antoun@ufrj.br

<sup>3</sup> Mestranda do curso de Pós-Graduação da Escola de Comunicação da UFRJ, Bacharel em Comunicação pela Universidade Federal de Pernambuco. E-mail: ac.lemos@yahoo.com.br

<sup>4</sup> Mestrando do curso de Pós-Graduação da Escola de Comunicação da UFRJ, bacharel em Publicidade e Propaganda pela mesma instituição, bolsista CAPES. E-mail: pecini@gmail.com.

<sup>5</sup> Tradução nossa. No original, “The problem, of course, is that there are many smart people in the world, some with a lot of time on their hands, who love to discover such secrets and publish a way for everyone to get free (and stolen) music” (JOBS, 2007, *online*).



*Musical Myopia, Digital Dystopia: New Media and Copyright Reform*, que ocorreu na Universidade McGill, Canadá, em 23 de março deste ano<sup>6</sup>. Um dos palestrantes, Bruce Lehman, reconheceu que as tentativas de controle pelo *copyright* não foram bem-sucedidas e completou o diagnóstico dizendo que estaríamos vivendo uma era pós-copyright na música (GEIST, 2007, *online*). A fala de Lehman foi classificada por outro palestrante do dia, Michael Geist, como “surpeeedente”, e a surpresa se justifica. Ex-secretário assistente de comércio e comissário de patentes e marcas registradas dos EUA durante o governo Clinton (1993-1998), além de fundador do IPI (*International Intellectual Property Institute*) Lehman foi um dos idealizadores do DMCA (*Digital Millennium Copyright Act*)<sup>7</sup>, grupo de emendas que amarra como nunca a distribuição, edição e o uso de bens imateriais, criminalizando a produção de tecnologias que permitam superar quaisquer restrições de cópia de arquivos com *Digital Rights Management* (DRM). Endossa, agora, uma luta que toma proporções cada vez maiores contra as atuais leis de *copyright*.

DRM é a sigla que se refere às tecnologias de controle do acesso, cópia e edição de bens digitais<sup>8</sup>. À primeira vista, técnicas para proteger os direitos de quem produz conteúdo digital (ou imaterial), como o CSS dos DVDs e o *Protected Media Path* do recém-lançado sistema operacional Windows Vista. Usadas, entretanto, de forma abusiva em diversos casos, como o famoso *rootkit* da Sony/BMG, código malicioso que era instalado sem aviso na inserção de CDs de áudio nos computadores dos consumidores, ou mesmo o software usado pela EMI nos CDs “Universo particular” e “Infinito ao meu redor”, de Marisa Monte, impedindo que as músicas tocassem em iPods e deixando conteúdo no computador dos consumidores mesmo depois de desinstalado (ASSIS, 2006, *online*).

Um caso interessante foi mostrado em matéria da *Electronic Frontier Foudation*. A iTunes Music Store (ITMS), loja *online* de venda de músicas da Apple, teria sido criada para impulsionar as vendas do iPod mais do que com a finalidade de ganhar dinheiro com músicas, como afirmava o vice-presidente sênior Phil Schiller à CNET

---

<sup>6</sup> Um vídeo do evento pode ser conferido em <http://mediasite.campus.mcgill.ca/mediasite2/viewer/Viewer.aspx?layoutPrefix=LayoutTopLeft&layoutOffset=Skins/Clean&width=800&height=631&peid=6e197c68-0b63-4474-ac3bf770e220de0e&pid=2276b8bb-0299-4f9e-9be8-d83d3539f313&pvid=501&mode=Default&shouldResize=false&playerType=WM64Lite#>

<sup>7</sup> Sobre o DMCA, ver [http://en.wikipedia.org/wiki/Digital\\_Millennium\\_Copyright\\_Act](http://en.wikipedia.org/wiki/Digital_Millennium_Copyright_Act). Um sumário do documento pode ser lido em <http://www.copyright.gov/legislation/dmca.pdf>

<sup>8</sup> Para definição mais detalhada, ver [http://en.wikipedia.org/wiki/Digital\\_rights\\_management](http://en.wikipedia.org/wiki/Digital_rights_management) (acesso em 16.05.07).



News em 2003<sup>9</sup>. Entretanto, a tecnologia *FairPlay* da Apple estaria servindo prioritariamente para impedir que outros MP3 *players* pudessem tocar as músicas vendidas pela iTunes (LOHMANN, 2004, *online*). Um indício é a fragilidade da segurança dos arquivos que, segundo Lohmann, pode ser quebrada simplesmente gravando-os em um CD e “ripando” a música novamente (extraíndo-a e transferindo para outra mídia). Comparou-se, inclusive, a Apple com a Lexmark, fabricante de impressoras que entrou na justiça americana em 2003 contra uma empresa que fabricava chips para cartuchos que serviriam em suas impressoras, alegando a violação do DMCA<sup>10</sup>.

As tecnologias de DRM têm como principal empecilho presumir a culpa do usuário do arquivo. Usando o ditado “paga o justo pelo pecador” como palavras de ordem, os sistemas de proteção de cópia acabam afastando consumidores e usuários (até onde podemos usar esses termos para designar os leitores, ouvintes ou espectadores de bens culturais digitais). No estado em que estão as limitações, mesmo as pessoas que compram os bens legalmente sofrem diversas restrições, numa relação em que não se é realmente dono do bem pelo qual se paga. Desta forma, os serviços que usam tecnologias de DRM criam forte rejeição entre os consumidores.

Constata-se, por exemplo, a baixa popularidade de serviços gratuitos (ou quase) de assinatura de música digital, como o Napster, em universidades americanas. Matéria intitulada “Grátis, legal e ignorado”<sup>11</sup> do *Wall Street Journal*, mostra que a oferta desses serviços, mesmo gratuitamente ou a preços baixos, não surtiu o efeito esperado entre os estudantes no combate à cópia ilegal. Parte do problema se deveria ao fato de as músicas não poderem ser tocadas em computadores Apple nem em iPods (usados por 19% e 42% dos estudantes, respectivamente). No entanto, alunos entrevistados demonstram que as pessoas querem possuir as músicas que ouvem, não alugá-las. Mesmo com as ameaças de processos pela RIAA por terem suas redes usadas para a cópia ilegal de músicas, as universidades de Cornell e Purdue pararam de oferecer o serviço de cópia legal por causa da baixa demanda (TIMIRAOS, 2006, *online*).

Conclui-se, portanto, que as tecnologias DRM não têm tido grande sucesso 1) em controlar a distribuição de arquivos digitais e 2) em “manter honestas as pessoas

---

<sup>9</sup> Cf. <http://news.com.com/2100-1041-5092559.html>

<sup>10</sup> Cf. <http://news.com.com/2100-1023-979791.html>

<sup>11</sup> Tradução nossa. No original, “Free, legal and ignored”. Cf. [http://online.wsj.com/public/article/SB115214899486099107-vuolhGUthiYcFwsQK0DjegSRPwQ\\_20070706.html](http://online.wsj.com/public/article/SB115214899486099107-vuolhGUthiYcFwsQK0DjegSRPwQ_20070706.html)



honestas”, como apregoam seus defensores<sup>12</sup>. Sobre manter as pessoas honestas, é interessante notar que a resposta da *Motion Picture Association of America* (MPAA)<sup>13</sup> à questão “por que usar DRM se os arquivos acabam nas redes ilegais?” é oferecer ao usuário garantias de que está consumindo conteúdo legal, alegando que sem o DRM, não haveria como se guiar, e assim o consumidor honesto poderia eventualmente se tornar um pirata<sup>14</sup>. Completa dizendo que o DRM não tem como principal objetivo manter os arquivos fora das redes P2P ilegais, mas garantir um mercado “ordenado” para facilitar as transações entre consumidores e produtores. O que, convenhamos, ganha tons de hipocrisia quando relembramos os diversos processos movidos pela RIAA e a própria MPAA contra pessoas que teriam conteúdo ilegal em seus computadores, além das diversas reclamações de consumidores sobre as restrições que sofrem para usufruir dos bens pelos quais pagam.

Em carta aberta datada de 6 de fevereiro de 2007<sup>15</sup>, Steve Jobs, co-fundador e CEO da Apple, anuncia publicamente sua mudança de posição em relação ao DRM. Uma atitude de certa forma coerente com o que a Apple anunciava nos idos de 2003 sobre a iTunes e a preocupação menor com o lucro sobre as músicas vendidas e mais com os *players*. Na carta, Jobs diz que a Apple só vende músicas com DRM por pressão das “quatro grandes” do mercado musical (Universal, Sony BMG, Warner e EMI), que menos de 3% das músicas ouvidas em seus iPods são compradas nas lojas iTunes (percentual calculado sobre a venda de 2 bilhões de faixas vendidas pela iTunes contra 90 milhões de iPods vendidos pela Apple) e que abraçaria a iniciativa de vender músicas DRM-free pelo bem da interoperabilidade de lojas *online* e *players* de música digital. Termina a carta sugerindo que “*those unhappy with the current situation should redirect their energies towards persuading the music companies to sell their music DRM-free*”.

---

<sup>12</sup> Cf. MPAA: DRM “helps honest users” em <http://arstechnica.com/news.ars/post/20060210-6153.html>. Acesso em 15.05.07.

<sup>13</sup> A MPAA é uma associação que defende os interesses de grandes estúdios de cinema: Sony Pictures, Buena Vista (The Walt Disney Company), Paramount Pictures, 20th Century Fox, Universal Studios e Warner Bros. A entidade funciona de maneira muito semelhante à RIAA (Recording Industry Association of América).

<sup>14</sup> No original, “(...) Content owners use DRMs because it provides casual, honest users with guidelines for using and consuming content based on the usage rights that were acquired. Without the use of DRMs, honest consumers would have no guidelines and might eventually come to totally disregard copyright and therefore become a pirate, resulting in great harm to content creators. (...)”. Cf. <http://news.bbc.co.uk/1/hi/entertainment/4691232.stm#7>

<sup>15</sup> Cf. *Thoughts on Music*, disponível em <http://www.apple.com/hotnews/thoughtsonmusic/>. Acesso em 15.05.07.



Os “pensamentos” de Jobs foram prontamente respondidos pela Macrovision, uma das pioneiras na implantação de tecnologias de DRM, também em carta aberta – de Fred Amoroso, CEO da empresa. Amoroso começa sua carta com certa ironia, agradecendo a Jobs por oferecer uma perspectiva tão provocante sobre o DRM e colocar o foco em algo que considera, obviamente, muito importante<sup>16</sup>. Destaca, depois, em quatro pontos um tanto curiosos, a perspectiva da empresa sobre o DRM. No primeiro, diz que Jobs fala apenas de música, mas o DRM se aplica a muito mais do que música, e que é um *enabler*. Em segundo lugar, o DRM aumenta o “valor de consumo”, não o diminui. Neste ponto cita as diversas situações em que uma pessoa paga menos pelo conteúdo apenas para usá-lo uma vez, argumentando que se o DRM for banido, as pessoas só teriam um modo de consumir música, aumentando esses custos para muitos consumidores. O terceiro ponto, que chega a soar *nonsense*, defende que o DRM aumenta o poder de distribuição de conteúdo digital, pois os proprietários desse conteúdo provavelmente não entrariam nesse “mundo digital emergente”, ou não permaneceriam, caso já tivessem entrado nele, se não houver algum tipo de tecnologia de controle<sup>17</sup>. Fica aí uma questão: Amoroso é capaz de imaginar algum futuro em que haja a possibilidade de as indústrias da música ou do cinema “não entrarem” ou “não permanecerem” neste “mundo emergente digital”? O último ponto é uma resposta bastante direta: argumenta que as tecnologias DRM podem ser licenciadas e usadas por diversas lojas e *players*, aí sim, do modo que Amoroso gostaria, permitindo a “verdadeira” liberdade para experimentar e transportar o conteúdo digital da forma que os consumidores decidirem. Encerra a carta oferecendo à Apple toda a ajuda necessária para transformar o FairPlay em uma tecnologia “interoperável”, assim como assumindo a responsabilidade por sua manutenção; reafirma, por fim, sua posição de que não se pode minimizar o papel que as tecnologias DRM desempenham na distribuição de conteúdo digital, sem as quais a chegada de conteúdo “premium” aos consumidores apenas será atrasada. No fim das contas, nada diferente do que se poderia esperar da indústria do DRM.

---

<sup>16</sup> Cf. Macrovision’s response to Steve Jobs’ open letter, em: [http://www.macrovision.com/company/news/drm/response\\_letter.shtml](http://www.macrovision.com/company/news/drm/response_letter.shtml). Os argumentos da carta da Macrovision são ridicularizados em artigo do site Engadget, cf. <http://www.engadget.com/2007/02/16/macrovision-the-original-drm-company-replies-in-open-letter-to/>.

<sup>17</sup> Tradução nossa. Excerto original: “Quite simply, if the owners of high-value video entertainment are asked to enter, or stay in a digital world that is free of DRM, without protection for their content, then there will be no reason for them to enter, or to stay if they’ve already entered.”

A história recente mostra que a adoção de padrões por diversas empresas, como sugere Amoroso, torna o consórcio mais forte do que eventuais concorrentes solitários, como no exemplo do padrão VHS da JVC contra o Betamax, da Sony. A JVC licenciou a fabricação de fitas VHS (para empresas que poderiam inclusive ser vistas como competidoras), abrindo suas especificações e ao mesmo tempo criando uma cadeia de produção de suprimentos que se baratearam e desenvolveram mais rapidamente. Como resultado, o padrão Betamax, que proporcionaria melhor qualidade de imagem, foi deixado em segundo plano pelo mercado (GALLOWAY, 2004, p.124-126). Entretanto, quando se trata de protocolos para bens digitais, há de se considerar um dos pontos lembrados por Jobs em suas reflexões. Diferentemente dos padrões técnicos para a produção de fitas VHS, as minúcias técnicas para implantação de tecnologias de DRM como a FairPlay, uma vez “vazadas”, demandam tempo e organização para serem refeitos a fim de restabelecer o controle sobre a distribuição do conteúdo protegido por ela, na medida que o bloqueio digital é uma artificialização da escassez de “bens” que são conjuntos de informações e inicialmente não ofereceriam nenhuma resistência arquitetural à reprodução. Segundo Lessig (2006a, p.122-125), o “código” (ou a arquitetura) é um dos quatro vetores de regulação do ciberespaço (junto com as leis, as normas sociais e o mercado). Portanto, como cadeados digitais, as alterações na estrutura dos arquivos visam imputar-lhes características que inibam algumas condutas, como a cópia e a distribuição do conteúdo dos HD-DVDs ou as músicas vendidas pela ITMS. Ainda de acordo com Lawrence Lessig, cada vetor seria usado para cobrir falhas ou ineficácias de outros.

## **2) Sinais de mudança II**

Quase dez anos se passaram desde que Jon Johansen (ou, como ficou mais conhecido, DVD Jon) criou, em 1999, o programa DeCSS, que permitia a quebra da proteção anticópias em DVDs. Desde então, associações como a *Motion Picture Association of America* (MPAA) vêm se apoiando na famigerada DMCA para impedir (ou retardar) o inevitável. Os esforços e os gastos não têm sido poucos. Gigantes que integram a MPAA e empresas de tecnologia e comunicação do porte da Microsoft, Toshiba, Intel, IBM, entre outras, dedicaram-se, por exemplo, a sustentar um consórcio para a criação do padrão de criptografia AACS (*Advanced Access Content System*), que



funciona como proteção anticópia dos filmes e jogos distribuídos em discos óticos de alta definição, do tipo HD-DVD (*High-Definition DVD*) e BD (*Blu-Ray*).

No final de 2006, aconteceu episódio semelhante. Um hacker conhecido como Muslix64 publicou o código de proteção de um HD-DVD, encerrando o rápido período em que esta tecnologia se manteve imune às tentativas de abertura. Segundo conta no fórum Doom9, o que deixou Muslix64 “louco” foi não ter conseguido assistir ao filme que tinha comprado legalmente em seu monitor de alta definição, usando um HD-DVD *player* Xbox 360, da Microsoft. Então começou o trabalho de quebra da criptografia que bloqueava o filme. Depois disso, compilou uma aplicação em Java com essa função e colocou no fórum.

Cerca de dois meses depois, no fim de fevereiro deste ano, outro participante do fórum Doom9<sup>18</sup> de apelido arnezami publicou um pequeno tutorial sobre como encontrar o “volume ID” dos HD-DVDs, número necessário para a quebra da proteção de qualquer disco. Com isso, foi criada a oportunidade de montar um *keygen* (contração de *key generator* – gerador de chaves) que funciona tanto para o formato HD-DVD, quanto o Blu-Ray. Em pouco tempo, chegou-se à seqüência 09 F9 11 02 9D 74 E3 5B D8 41 56 C5 63 56 88 C0 – que finalmente tornava possível romper a proteção dos DVDs de alta definição. Interessante chamar atenção para a surpresa de arnezami com a aparente previsibilidade dos números, que mesmo em formato hexadecimal formam a data e a hora de produção dos discos<sup>19</sup>.

A seqüência de números e letras ganhou o ciberespaço por meio de *sites* e *blogs*, que passaram a exibir livremente o código sob as formas mais diversas. Em represália, o consórcio AACS enviou ofícios a vários *sites* e, apoiando-se na DMCA e na ameaça judicial, cobrou a retirada do código da rede — apesar da apropriação da seqüência por um incontável número de internautas. Entre os destinatários das cartas, estavam nomes fortes, como o Google<sup>20</sup> (responsável pela manutenção do Blogger) e o sítio Digg<sup>21</sup>. Este último caso merece especiais atenção e análise por ter redefinido a capacidade do código de funcionar como vetor de regulação do ciberespaço.

### 3) Código, Web 2.0 e *sharing economy*

---

<sup>18</sup> Cf. <http://forum.doom9.org/showthread.php?t=119871>.

<sup>19</sup> Cf. <http://forum.doom9.org/showthread.php?t=121866>

<sup>20</sup> Cf. <http://www.chillingeffects.org/notice.cgi?sID=3218>

<sup>21</sup> Cf. <http://www.digg.com>

O Digg funciona como uma rede social de notícias ? sobretudo ligadas à área de tecnologia ? em que todo o conteúdo é submetido à avaliação e à valoração da comunidade<sup>22</sup>. As melhores informações, conceituadas pelo grupo, ganham posições na primeira página do *site*. Trata-se, portanto, de uma rede cujos usuários são promovidos a “parceiros” pelos proprietários do *site* na medida que colaboram para organizar informações e conhecimento.

Mesmo dentro das características do que se identifica como projeto ‘*Web 2.0*’, um dos fundadores do Digg, Kevin Rose, nega que o *site* vá entrar na febre de adição de funcionalidades inúteis apenas para se manter atualizado; também se diz contra o pagamento por contribuições dos participantes, a fim de não mudar as motivações pelas quais alguém contribui para o *site*<sup>23</sup>. O Digg se autodenomina uma “democracia midiática digital” que funciona em quatro passos: “descubra, selecione, compartilhe, discuta”<sup>24</sup>. Funciona, desta forma, sob o que se denomina uma *sharing economy*<sup>25</sup>, ou seja, uma economia em que os produtores de conteúdo compartilham seus produtos e, ao mesmo tempo, se tornam aqueles que agregam valor aos empreendimentos de que participam. Desta forma, a contrapartida da “oferta” que fazem se traduz em maior poder de escolha nos projetos colaborativos e também maior qualidade nos serviços ofertados, na medida em que são revisados e avaliados pelos próprios “consumidores finais”.

De acordo com Lessig,

*The “sharing economy” is different from a traditional commercial economy. It is not simply people working for free. Instead, this is the economy that supports Wikipedia (and free and open source software before that). (...) This sharing economy is not meant to displace the commercial economy. Its purpose is not to force Madonna to sing for free. Its aim instead is to enable the millions of other people around the world who are also creative, but who want to create in a different kind of community (LESSIG, 2006b, online).*

---

<sup>22</sup> A página inicial do *site* informa: “Digg is all about user powered content. Everything is submitted and voted on by the Digg community. Share, discover, bookmark, and promote stuff that's important to you!”

<sup>23</sup> Cf. <[http://www.theregister.co.uk/2006/09/13/digg\\_web\\_2\\_0\\_kevin\\_rose/](http://www.theregister.co.uk/2006/09/13/digg_web_2_0_kevin_rose/)>. A declaração gerou respostas como um texto intitulado Kevin Rose: “The Users shouldn't be paid... but I'll take \$60M\*”, sobre o valor estimado do Digg em US\$60 milhões. Cf. <http://www.calacanis.com/2006/08/04/kevin-rose-the-users-shouldnt-be-paid-but-ill-take-60m/>

<sup>24</sup> Cf. <http://digg.com/how>. Tradução nossa. No original, “Digg is a digital media democracy.”; “1.Discover; 2.Select; 3.Share; 3.Discuss”.

<sup>25</sup> O termo “share” se refere tanto a “unidade de contagem de ações” de empresas quanto a “compartilhar” (em tradução literal).

A *sharing economy* se constitui inicialmente de bens e informações compartilhados sem a geração de retorno monetário imediato para quem os produz, mas pode ser a chave para o que Andy Raskin, da CNN, chama de “indústria multibilionária”<sup>26</sup>, se referindo a negócios derivados que a visibilidade gerada pelo compartilhamento da produção, como dois compositores citados na matéria que deixam qualquer um ouvir ou modificar suas canções, mas não as licenciam gratuitamente para uso comercial, ganhando dinheiro por esse uso.

Portanto, a relação entre os proprietários de um *site* colaborativo e seus participantes seria completamente diferente daquela entre produtor e consumidor. Os usuários seriam parceiros, sócios. Há, inclusive, empreendimentos que teriam dificuldade em operar sem a participação ativa dos usuários, como o Skype, que compartilharia banda de rede para a transmissão das ligações, compondo o que Yochai Benkler chama de “redes capitalizadas pelos usuários”<sup>27</sup>.

Enquanto experiência empresarial e cooperativa, o Digg surgiu como exemplo da *sabedoria das multidões*; mas diante das ameaças da AACCS, a alta cúpula do *site* (na pessoa de Jay Adelson, chefe-executivo), agiu como os velhos donos de empresas: rapidamente decidiu apagar os *posts* que continham a seqüência hexadecimal “proibida” e fechar as contas dos usuários que a divulgaram. Tal atitude parecia confirmar as vozes que se levantam contra o alarde com que os conceitos de “*Web 2.0*” e “*sharing economy*” estão sendo tratados<sup>28</sup>. A reação da multidão, o chamado “Digg-bombing”, ultrapassou o limite do esperado. Para além da influência e do controle das velhas empresas que atuam com base no segredo da tecnologia (e na tecnologia do segredo<sup>29</sup>, já que o artifício do desenvolvimento técnico se orienta, essencialmente, pela afirmação da propriedade intelectual), uma multidão de vozes optou pelo barulho da cooperação e da ridicularização, insistindo na publicação de piadas, ironias e histórias que continham o código<sup>30</sup>. Diante das “centenas de histórias” e “milhares de comentários” dos

---

<sup>26</sup> Cf. <[http://money.cnn.com/magazines/business2/business2\\_archive/2004/05/01/368240/index.htm](http://money.cnn.com/magazines/business2/business2_archive/2004/05/01/368240/index.htm)>

<sup>27</sup> Em entrevista para a revista BusinessWeek. Excertos: “No one has built a network for Skype -- all the million or 2 million people online are contributing resources.”; “The way in which it's financed has changed. It's user-capitalized networks.”. Cf.

<[http://www.businessweek.com/magazine/content/05\\_25/b3938902.htm](http://www.businessweek.com/magazine/content/05_25/b3938902.htm)>

<sup>28</sup> O jornal The Register, por exemplo, chama o estado atual da Web de “bolha 2.0”. Cf. Six Things you need to know about Bubble 2.0 <[http://www.theregister.co.uk/2005/10/07/six\\_things\\_about\\_the\\_bubble/](http://www.theregister.co.uk/2005/10/07/six_things_about_the_bubble/)>

<sup>29</sup> O *segredo da tecnologia* equivaleria ao conhecimento? restrito a poucos? que permite a dominação integral das tecnologias; enquanto que a *tecnologia do segredo* estaria mais relacionada aos artifícios criados para impedir que esse conhecimento seja disseminado para a maioria das pessoas.

<sup>30</sup> Em um dos *posts* mantidos pelo Digg, um usuário criou uma história absolutamente trivial incluindo toda a seqüência hexadecimal. “09 days after I quit my job, I was so bored sitting at home that I tried to hit



“internautas-parceiros”, o Digg teve que voltar atrás em sua decisão e ficar “ao lado dos diggers”. A decisão foi apresentada em um *post* do próprio fundador do Digg, Kevin Rose, no *blog* da empresa<sup>31</sup>.

Paralelamente, em outros espaços, as pessoas utilizavam músicas, camisetas<sup>32</sup>, *links* e outros recursos para disseminar a seqüência hexadecimal no ciberespaço — mostrando o quão frágil pode ser o controle da informação hoje em dia. Afinal, quem poderia ter a posse de uma mera seqüência de números e letras? A resposta é simples: no dia 14 de maio de 2007, o *site* de pesquisa Google registrava aproximadamente 1.400.000 resultados para a busca do código “09 F9 11 02 9D 74 E3 5B D8 41 56 C5 63 56 88 C0” ? sem contar os conteúdos disponíveis no YouTube e Orkut, que não são apresentados em buscadores da *web*. Sendo assim, como argumentar que o uso da seqüência agride direitos autorais?

#### 4) Você sabe com quem está falando?

O episódio que envolveu o consórcio do sistema AACRS, o Digg e os internautas que decidiram divulgar o código hexadecimal representou uma reconfiguração no âmbito do controle da informação. Durante os anos 90, eram fortes as suspeitas de que tudo o que estávamos vivenciando em termos de possibilidades de participação democrática no ciberespaço poderia ser uma alternativa à “ideologia do mercado livre” e à “ideologia mais insidiosa do controle centralizado”<sup>33</sup>. Mas agora o impasse gerado

---

the F9 key 11 times within 02 seconds. Right now I live in apartment 9D at 74 Eyland Ave, Flanders, New Jersey. The thing I miss most about work is getting my favorite vending machine snack, E3, potato chips. My neighbor in 5B said his favorite is D8, cheese and crackers. He's like 41 years older than me, which makes him 56 I guess. His girlfriend's favorite vending machine snack is C5, pretzels. She's older than he is, 63 or so I think. That isn't much older than 56. It's not like she's 88 or something. We all used to work for Pepsi C0” (Grifos nossos).

Cf. [http://digg.com/programming/How\\_many\\_ways\\_can\\_we\\_represent\\_09F911029D74E35BD84156C5635688C0](http://digg.com/programming/How_many_ways_can_we_represent_09F911029D74E35BD84156C5635688C0).

<sup>31</sup> Nas palavras de Rose: “after seeing hundreds of stories and reading thousands of comments, you’ve made it clear. You’d rather see Digg go down fighting than bow down to a bigger company. We hear you, and effective immediately we won’t delete stories or comments containing the code and will deal with whatever the consequences might be. If we lose, then what the hell, at least we died trying”. Cf. <http://blog.digg.com/?p=74>.

<sup>32</sup> Destaque para a música “Oh nine, eff nine” entoada pelo internauta identificado como Keith Burgon e disponível no YouTube (Cf. <http://www.youtube.com/watch?v=L9HaNbsIfp0>) e para as camisetas do tipo “sharing is caring!” que exibem o código (Cf. <http://info.abril.uol.com.br/aberto/infonews/052007/03052007-15.shl>).

<sup>33</sup> Em 1995, Jan Ferncack e Brad Thompson reconheceram algumas “vantagens” proporcionadas pela comunicação mediada pelo computador, mas deixam claro que “the likely result of the development of virtual communities through CMC will be that a hegemonic culture will maintain its dominance. Certainly, it cannot be assumed that the current political and technical elites would willingly cede their

demonstrou que o *limite do segredo* pode ser a capacidade de cooperação em rede e de manipulação da informação facilmente acessível? apesar do excesso<sup>34</sup>. Esses são os elementos que hoje são capazes de redefinir o que deve ou não ser de domínio público. E o mais importante é verificar o *embate* travado para avançar (ou evitar) o deslocamento em relação à “posse” e ao “controle” desses dois fatores.

Quando a política do segredo sofre baixas, as relações entre as forças disponíveis no ambiente democrático podem ganhar novos contornos? mesmo que isso só dure até a execução de mandados judiciais que defendam a posse privada da informação<sup>35</sup>. Ainda que o impasse da AACS fosse revertido em favor da empresa numa eventual batalha judicial, a repercussão do caso no *site* Digg indicou que existe uma multidão pouco tolerante a iniciativas que mantêm a informação sob censura e a atitudes de “baixar a guarda” diante de ameaças tão doutrinárias quanto infantis.

Quando o Digg optou por retirar do *site* as mensagens com o código, assumiu a postura de subjugar o que a cooperação auto-regulada? recurso que tanto defende e que ajudou a construir a marca da empresa<sup>36</sup>? é capaz de promover. As respostas dos *diggers* (ou *Digg user*, participantes ativos do Digg) a Jay Adelson e à AACS transformaram-se na pergunta: “sabe com quem você(s) está(ao) falando?” Contrariando o efeito pejorativo a que essa pergunta normalmente está associada (prepotência, arrogância, sentimento de superioridade), a ação dos *diggers* está baseada na idéia de que o “jogo” do controle da informação tem muitos jogadores à altura.

A resposta-pergunta dos *diggers* remete a outra questão relevante. A ação individual não pode mais ser desprezada, porque não é mais diluída no meio da massa; na verdade, ela pode desencadear um movimento em rede — tão rápido quanto maior for a quantidade de “nós” a ela conectados e quanto mais diferenciados forem as

---

position of dominance or knowingly sow the seeds of their own destruction”. Cf. Fernback, J.; Thompson, B. *Virtual Communities: Abort, Retry, Failure?* Disponível em: <http://www.rheingold.com/texts/techpolitix/VCCivil.html>.

<sup>34</sup> Sobre a questão do excesso no ciberespaço, Cf. VAZ, P. *As esperanças democráticas e a evolução da Internet*. Revista FAMECOS. Faculdade de Comunicação Social, PUC RS, n. 24. Julho 2004. p. 125-39.

<sup>35</sup> Entre 14 e 15 de maio de 2007, o Google já registrava um decréscimo de quase 10% no número de ocorrências para a pesquisa do código pela opção *Web* (o número caiu de 1.400.000 para 1.280.000), provavelmente por conta da ameaça da AACS de recorrer a vias judiciais, caso os responsáveis pelos *sites* não retirassem da rede a seqüência hexadecimal.

<sup>36</sup> Em 2006, o Digg foi citado pela revista Time como um dos “7 Cool Sites You'll Want to Bookmark”. “At this so-called social news users, rather than a computer algorithm, determine how important or interesting the stories are, and Digg posts them on its home page accordingly. The articles are tagged with the number of “digs,” or positive votes, from readers”. Cf: <http://www.time.com/time/magazine/article/0,9171,1226153,00.html>. Em março de 2007, ocupava o 77º no ranking de audiência da Internet, medida pelo *site* Alexa. Cf: <http://www1.folha.uol.com.br/foha/informatica/ult124u21743.shtml>.

experiências (culturais, sociais, econômicas, políticas, subjetivas) desses “nós”. A ação individual nas redes telemáticas concentra um poder (mesmo que seja o poder de ridicularizar e contradizer) que rapidamente gera reflexos na multidão<sup>37</sup>; seu alcance e capacidade de influência podem ser comparados ao alcance e à influência antes reservados a grandes empresas e estados. Foi assim com a divulgação do funesto código em *blogs* e redes sociais. De fato, “o poder circula” — e de forma mais rápida e eficaz entre os nós das redes telemáticas.

*O poder deve ser analisado como algo que circula, ou melhor, como algo que só funciona em cadeia. Nunca está localizado aqui ou ali, nunca está nas mãos de alguns, nunca é apropriado como uma riqueza ou um bem. O poder funciona e se exerce em rede. Nas suas malhas os indivíduos não só circulam, mas estão sempre em posição de exercer este poder e de sofrer sua ação; nunca são o alvo inerte ou consentido do poder, são sempre centros de transmissão. Em outros termos, o poder não se aplica aos indivíduos, passa por eles. (...) O poder passa através do indivíduo que ele constituiu (Foucault, 1982: 183)*

O caso em questão poderia significar *uma* “consciência das multidões<sup>38</sup>”? Talvez seja prematuro afirmar isso porque os elementos que mobilizam a multidão podem ser tantos quanto o seu número de integrantes. Mas podemos dizer que, independente das consciências individuais e das ideologias passíveis de serem convocadas em situações como essas, o interesse da multidão prevaleceu em detrimento dos interesses dos responsáveis por uma empresa — seja o Digg, seja a AACS. E para defender esses interesses, a cooperação — descentralizada, sem comandante e sem ordem — foi o caminho de “guerra” percorrido.

Quando falamos em “interesses” não estamos nos referindo apenas à intenção de garantir a liberdade do uso do código para gravar e assistir a vídeos, mas também ao interesse de endossar a idéia de que todo o arsenal da AACS (DMCA e correlatos) é tão vulnerável que pode se tornar alvo de histórias triviais. Não se pode, portanto, deixar de ver a positivação do conceito de interesse dentro do embate AACS x internautas — ou, se quisermos colocar em outros termos, o embate Império x Multidão.

Sendo assim, a luta pelo interesse se associa à ação defensiva, isto é, à postura defensiva da violência democrática. Como nos dizem Michael Hardt e Antonio Negri (Op. cit., p. 426), a “forma adequada de resistência muda historicamente e deve ser

---

<sup>37</sup> Para as distinções entre multidão, massa e povo, Cf. Negri, A; Hardt, M. Multidão (Op. cit., p. 139-142).

<sup>38</sup> Estamos aqui contrapondo os termos “sabedoria das multidões” e “consciência das multidões”.



inventada para cada nova situação”. E já que “a existência de novas pressões e possibilidade de democracia merece como resposta dos poderes soberanos a guerra”, os autores apresentam três princípios do uso democrático da violência: 1) a democracia deve usar a violência apenas como instrumento para perseguir objetivos políticos; 2) esta violência só deve ser usada como defesa, ou seja, deve-se pensar nessa estratégia a partir da noção de “emprego republicano da violência” (“a desobediência à autoridade e até mesmo o emprego da violência contra a tirania são, neste sentido, uma forma de resistência, ou um uso defensivo da violência”<sup>39</sup>); 3) o uso democrático da violência tem a ver com a própria organização democrática, ou seja, o processo deve ser horizontal e comum da multidão, de maneira contrária às “guerras movidas por poderes soberanos” que “sempre exigiram a suspensão das liberdades e da democracia”<sup>40</sup>. Os autores enfatizam que, a esses três princípios, “a utilização democrática da violência deve acrescentar também uma crítica das armas, vale dizer uma reflexão sobre quais as armas que hoje são eficazes e apropriadas”<sup>41</sup>.

O caso AACS x internautas não deve ser percebido como um exemplo que atende perfeitamente a cada um desses princípios; mas não podemos deixar de ver que a própria repercussão que o fato teve, sobretudo em termos de interpretação em outros *blogs*, portais e redes sociais de notícias, pôde contribuir para a construção de um imaginário de ação coletiva defensiva. As interpretações formuladas sobre o caso e as próprias reações do Digg garantiram aos internautas uma experiência de participação na multidão que tornou capaz e efetivo o “boicote” à determinação da AACS.

Nesse sentido, ressaltamos que o que pôs essa multidão em funcionamento não foi a agregação de indivíduos em torno de uma identidade, como por exemplo, o pertencimento a um grupo de ativistas anti-globalização. Na verdade, a ação coletiva em questão se baseou naquilo que as singularidades tinham em comum? o interesse em refutar a decisão da AACS e do Digg?, o que permitiu o auto-governo da multidão. Usando a informação como contra-informação, a multidão dos *diggers* desenvolveu

---

<sup>39</sup> Hardt e Negri deixam claro que o princípio da violência defensiva é bastante confuso. Entretanto, ele não deve ser confundido com a “teoria da guerra justa”. “O conceito de guerra justa é utilizado, isto sim, para justificar uma agressão em termos morais. (...) Uma ‘guerra justa’ é na verdade uma agressão militar que se julga justificada em bases morais, e portanto nada tem a ver com a postura defensiva da violência democrática. O princípio do emprego defensivo da violência só pode fazer sentido se o separarmos de todas essas mistificações que vestem o lobo com a pele de cordeiro”. Cf. Op cit. p. 429-432.

<sup>40</sup> Nesse sentido, os autores afirmam: “Não pode haver separação entre os meios e os fins”. (Op. cit., p. 432).

<sup>41</sup> Idem.



armas que têm modos de gerenciamento e efeitos diferentes das armas utilizadas pela indústria do *copyright* e de outros representantes do Império. Segundo Negri e Hardt:

*O fato é que uma arma adequada para o projeto da multidão não pode ter uma relação simétrica ou assimétrica com as armas do poder. Isto seria ao mesmo tempo contraproducente e suicida. (...) Precisamos criar armas que não sejam apenas destrutivas, mas sejam elas próprias formas e poder constituinte (Op. cit, p. 433).*

## Referências bibliográficas

ASSIS, D. Marisa Monte não canta no seu iPod. *O Estado de São Paulo*. 03.04.2006. Disponível em <[http://www.link.estadao.com.br/index.cfm?id\\_conteudo=6950](http://www.link.estadao.com.br/index.cfm?id_conteudo=6950)>. Acesso em 15.05.2007.

DYER-WITHEFORD, N. *Cycles*. In: *Cyber-Marx: Cycles and Circuits of Struggle in High-Technology Capitalism*, Chicago: Illinois Press, 1999.

FERNBACK, J.; THOMPSON, B. *Virtual Communities: Abort, Retry, Failure?* Disponível em: <http://www.rheingold.com/texts/techpolitix/VCCivil.html>

FOUCAULT, M. Microfísica do Poder. Org. e trad. de Roberto Machado. Rio de Janeiro: Editora Graal, 3a. Ed., 1982.

GALLOWAY, A. *Protocol : how control exists after decentralization*. Cambridge: MIT, 2004.

GEIST, M. DMCA architect acknowledges need for a new approach. 2007. Disponível em: <<http://www.michaelgeist.ca/content/view/1826/125/>>. Acesso em 15.05.2007.

HARDT, M; NEGRI, A. *Multidão: guerra e democracia na era do Império*. Rio de Janeiro: Record, 2005

JOBS, S. Thoughts on music. 2007. Disponível em: <<http://www.apple.com/hotnews/thoughtsonmusic/>>. Acesso em 23.05.2007.

LAZZARATO, M.; NEGRI, A. *Trabalho imaterial*. Rio de Janeiro: DP&A, 2001

LESSIG, L. *Code version 2.0*. Nova Iorque: Basic Books, 2006a. Disponível em: <<http://pdf.codev2.cc/Lessig-Codev2.pdf>>. Acesso em 10.06.2007.

LESSIG, L. CC Values. 2006b. Disponível em: <http://creativecommons.org/weblog/entry/6118>. Acesso em 11.06.2007.

LOHMANN, F. *FairPlay*: another anticompetitive use of DRM. Disponível em <<http://www.eff.org/deeplinks/archives/001557.php>> Acesso em 15.05.2007.



TIMIRAOS, N. Free, legal and ignored”. Wall Street Journal. Disponível em <[http://online.wsj.com/public/article/SB115214899486099107-vuoIhGUthiYcFwsQK0DjegSRPwQ\\_20070706.html](http://online.wsj.com/public/article/SB115214899486099107-vuoIhGUthiYcFwsQK0DjegSRPwQ_20070706.html)>. Acesso em 15.05.2007.

VAZ, P. *As esperanças democráticas e a evolução da Internet*. Revista FAMECOS. Faculdade de Comunicação Social, PUC RS, n. 24. Julho 2004. p. 125-39.