

**SER POLÍTICO E PIRATA: A INVENÇÃO DE UMA IDENTIDADE
TRANSNACIONAL**

**BE POLITICAL AND PIRATE: THE INVENTION OF AN IDENTITY
TRANSNATIONAL**

Rodrigo Saturnino¹

Resumo

Este artigo analisa os investimentos simbólicos e as estratégias discursivas utilizadas pelos Partidos Piratas na tentativa de definir uma rota própria para produzir uma identidade política singular em níveis transnacionais. Metodologicamente, o trabalho baseia-se num estudo de caso múltiplo que incidiu sobre os partidos da Alemanha, Brasil, Portugal e Suécia, tendo sido realizado trabalho de campo entre Setembro de 2009 e Dezembro de 2014. A partir da análise de entrevistas, material publicitário e documentos oficiais, argumenta-se que, embora as clivagens históricas tenha favorecido a fixação da pirataria como uma prática ilícita a ser combatida, a sua transformação em causa política emergiu como um dispositivo mobilizador para a criação de novas lutas sociais e de novas subjetividades.

Palavras-chave: Identidades Políticas; Pirataria Digital; Partido Pirata; Propaganda.

Abstract

This article analyses the symbolic investments and the discursive strategies used by Pirate Parties in attempt to define their own route to produce a singular political identity in transnational levels. Methodologically, the work is based on a multiple case study focused on parties from Germany, Brazil, Portugal and Sweden; the fieldwork was conducted between September 2009 and December 2014. From a qualitative analysis based on interviews, propaganda material and official documents, it argues that, although the history has anchored the piracy as an unlawful practice that has to be stopped, its transformation in a political cause emerged as a stimulator device to create new social struggles and new subjectivities.

Keywords: Political Identities; Piracy; Digital Pirate Party; Propaganda.

¹ Doutor em Sociologia - Instituto de Ciências Sociais da Universidade de Lisboa, Mestre em Comunicação e Cultura - Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa, Investigador do Centro de Estudos das Migrações e Relações Interculturais da Universidade Aberta de Lisboa.

Introdução

Na sua acepção contemporânea, a pirataria tem sido utilizada, de modo quase consensual e estanque, como marcador arbitrário para classificar algumas práticas consideradas no âmbito da violação dos direitos autorais (JOHNS, 2009; SCHWEIDLER e COSTANZA-CHOCK, 2005). O fenômeno, sendo a Internet a sua principal catalisadora, tem sido interpretado como um dos principais fatores de impacto nas áreas econômicas, culturais e sociais (CASTELLS e CARDOSO, 2013; BELISÁRIO e TARIN, 2013; DECHERNEY, 2012; GANTZ e ROCHESTER, 2005; KERNFELD, 2011; HIGGINS e MARCUM, 2011; MASON, 2008; LESSIG, 2004; STRANGELOVE, 2005; VAIDHYANATHAN, 2003). A aplicação do termo pode ser entendida como fruto da diagnose dos comportamentos dissociais e de uma ação pedagógica de efeito reparatório e policialesco na medida em que associa a reprodução, a venda e a partilha não autorizada de “bens culturais” (filmes, músicas, livros, imagens, dados informáticos, etc.) à prática da transgressão e do roubo. Geralmente, o argumento dos que defendem a anti-partilha é resumido pela alegação de que a prática subtrai dos autores o direito de desfrutar, financeiramente, do seu trabalho por não receberem o que lhe é devido através deste tipo de consumo.

Esta retração interpretativa tem sido fortemente questionada. Quem a critica ressalta que a inoperância dos aparelhos jurídicos, na tentativa de suprir o que Boyle (2008) denominou de “falha” no mercado digital, tem privilegiado não só o interesse empresarial na privatização da informação, como também tem utilizado o próprio recurso legal, baseado na gênese da propriedade privada, para justificar a criação de políticas de incriminação, monitoramento e vigilância dos utilizadores da Internet. Nesta perspectiva, alguns autores defendem que a acusação recai sobre o consumidor por faltar na legislação internacional indifferenciações específicas acerca da circulação da informação digital no nível das interações privadas, independentemente de serem definidas pelo dinheiro ou não (POSTIGO, 2012; LESSIG, 2008, 2004; LEMOS, 2005). Por sua vez, a ausência de ordenamentos jurídicos compatíveis com a realidade, por exemplo, da arquitetura da Internet e com a conseqüente mudança na ética dos utilizadores (FLORIDI; SANDERS, 2005), têm intensificado o conflito de direitos entre proprietários e consumidores. O desentendimento afirma-se pela dinâmica da comercialização da informação que não estabelece, se for tratada como um bem submetido à lógica capitalista da propriedade privada, uma dialética coerente com a ideia

clássica de mercadoria ao conceder apenas um usufruto limitado ao consumidor/comprador².

Além das medidas coercitivas e legais disponíveis para o combate à pirataria digital, outro recurso empregado para justificar a perseguição aos piratas, tem se afirmado pela arbitrariedade da propaganda. A estratégia, utilizada desde os anos predecessores da pirataria marítima, complementa o discurso da imoralidade da cópia não autorizada ao apoiar-se em intensas campanhas educativas elaboradas a partir da sua associação direta com a imagem mítica, marginal e depreciativa dos piratas. A estratégia de *marketing* da indústria baseada nas leis do *copyright* e, por conseguinte, a influência que exercem sobre o ordenamento jurídico internacional, orquestra o imaginário popular acerca dos riscos da pirataria, transformando a opinião pública em parceira da iniciativa privada no processo de exigência do fortalecimento das medidas legais reparatórias.

No interlúdio da desordem política e dos conflitos internacionais originados pela (in)definição da pirataria, as fronteiras da sua simplificação dicionarística como crime e prática desviante têm sido contestada através de novas abordagens encontradas na agência dos que lutam pela reordenação do campo semântico da lei em relação à hegemonia do chamado *capitalismo informacional* (SCHILLER, 2007). Tais iniciativas parecem inaugurar novos contornos de protagonismo social ao serem instauradas a partir de um esboço de negação das relações monopolistas e territoriais da informação. No campo tecnológico, a ação oposicional, quer no âmbito do ativismo individual de peritos em informática [como os caso de Eduard Snowden, Chelsea Manning, Richard Stallman e Julian Assange] e de *hackers* (nas suas variadas instâncias de atuação, como o caso dos Anonymous), quer através de movimentos sociais e iniciativas institucionais (Software Livre, Creative Commons, Copyleft, Wikileaks, Kopimismo³ e, finalmente, os Partidos Piratas) reverbera-se como *práticas de resistência* ao controle abusivo da informação que circula na *web* a partir de um discurso que defende a urgência de uma

² Sobre esta questão ver, por exemplo, Dantas (1996) e Fiani (2009).

³ Kopimismo é uma religião fundada na Suécia por Isak Gerso e é reconhecida pelo Estado sueco como legítima desde 2012. A Igreja Missionária do Kopimismo reivindica a cópia da informação como uma virtude sagrada. Os seus seguidores, os "kopimistas", acreditam que toda a informação deve ser distribuída livremente e sem restrições. A filosofia é baseada na oposição do monopolização do conhecimento em todas as suas formas. Três princípios regem a liturgia do Kopimismo: A informação é sagrada; o código é a lei e copiar é um sacramento. A partir da iniciativa de Gerso, a fé kopimista se espalhou por outros países, como no caso do Brasil em que a religião também foi reconhecida em 2013 e funciona como uma representante da sede na Suécia. Sobre a ciber-religiosidade e o caso do Kopimismo, ver Aguiar (2014).

Internet livre e aberta (VERGNE, 2013; STALLMAN, 2002; GORZ, 2005). Esses movimentos, nomeados por Durand e Vergne (2013) de *organizações piratas*, interpretam a pirataria não apenas como um problema econômico, mas principalmente como uma situação mal resolvida da geopolítica internacional. Ora, o objetivo deste texto é salientar algumas ações afirmativas encontradas na práxis do Movimento dos Partidos Piratas (MPP) a fim de compreender como o seu discurso é mobilizado na tentativa de reordenar os sentidos normativos da pirataria digital para, desta forma, fortalecer as suas teses. Metodologicamente, o trabalho baseia-se num estudo de caso múltiplo que incidiu sobre os partidos da Alemanha, Brasil, Portugal e Suécia, tendo sido realizado trabalho de campo entre Setembro de 2009 e Dezembro de 2014⁴. O texto foi dividido em duas partes. Na primeira, apresento, a partir de uma brevíssima panorâmica, o surgimento do Partido Pirata. Em seguida, ao lançar mão de extratos de entrevistas, material publicitário, documentos oficiais e da observação participante em espaços *off-line* e *on-line*, analiso os investimentos simbólicos e as estratégias discursivas dos piratas na tentativa de definir uma rota própria para criação de uma identidade política singular em níveis transnacionais⁵.

Código-fonte: do protesto popular ao empreendedorismo tecnopolítico

O primeiro Partido Pirata foi criado por Rick Falkvinge na Suécia em 2006. Na época do seu surgimento, o seu objetivo principal era conduzir a aplicação das leis de direitos autorais para a agenda política questionando as origens e as formas de legitimidade que o setor privado dispunha para monopolizar a informação e restringir a autonomia civil no exercício de seu direito de partilha utilizando, por exemplo, a Internet e as redes *peer-to-peer* (P2P)⁶. Desta forma, o Piratpartiet passou a enfatizar a releitura de conceitos cruciais para a organização estrutural e para a legitimação do

⁴ Os Partidos Piratas do Brasil e de Portugal ainda são movimentos sociais e ambos estão em andamento no processo de registro oficial. Na Suécia e na Alemanha, o Partido Pirata é legalmente constituído desde a sua criação em 2006. Para uma análise sobre o avanço do Partido Pirata da Suécia no espectro político parlamentar ver Erlingsson e Persson (2011).

⁵ O material empírico utilizado neste artigo integra os dados analisados na minha tese de doutorado.

⁶ Redes *peer-to-peer* (P2P), da língua inglesa *par-a-par*, são arquiteturas de redes de computadores em que os seus pontos funcionam tanto como cliente como servidor (*leechers* e *seeders*). Esta ambivalência de posições permite a partilha de dados e de serviços sem depender de um servidor central. Através de um computador ou de um outro tipo de unidade de processamento de dados com ligação à internet, qualquer utilizador pode configurar e aceder a uma rede do tipo P2P e usufruir de uma performance elevada e em largas escalas nas trocas de serviços e de conteúdos digitais entre os pares que utilizam a mesma tecnologia. O Napster é reconhecido com o primeiro sistema par-a-par a distribuir ficheiros digitais através deste sistema.

copyright - como o de autoria e o de propriedade intelectual - à luz do desenvolvimento tecnológico e da afirmação de princípios morais baseados em valores pós-materialistas (MIEGEL; OLSSON, 2008).

No mesmo ano de fundação do primeiro Partido Pirata, ativistas da Áustria, Dinamarca, Alemanha, Finlândia, Irlanda, Polônia, Espanha e Holanda fundaram os próprios partidos a partir da iniciativa sueca. No ano seguinte, representantes destes grupos se reuniram na Áustria para formar uma aliança a fim de planejar as estratégias para as eleições do Parlamento Europeu⁷. Nas eleições para o Parlamento Europeu de 2009, o Partido Pirata Sueco recebeu 7,13% (214.313 mil) do total de votos da Suécia e garantiu um assento parlamentar. Com o Tratado de Lisboa ratificado, o número de votos garantiu mais uma cadeira. Ainda em 2009, o Partido Pirata da Alemanha (PPA) conseguiu seu primeiro deputado no Bundestag através da adesão de Jorg Tauss, do Partido Social Democrata⁸. Depois de Tauss, os piratas alemães continuaram a ganhar força política quando um dos fundadores do Partido Verde da Alemanha, Herbert Rusche, também se filiou⁹. Em 2010, os piratas oficializaram o Partido Pirata Internacional (PPI), uma organização não-governamental de cariz cooperativa com sede em Bruxelas com o objetivo de integrar os partidos e animar o debate internacional. O PPI, que já existia informalmente desde 2006, surgiu como uma alternativa para contribuir com a consolidação do Movimento a nível mundial e como um ponto de apoio e de troca de experiências para os grupos em processo de oficialização. No encontro de 2012, os membros do PPI decidiram criar um partido a nível europeu para participar nas eleições de 2014 com um plano de governo comum aos signatários. A intenção era fortalecer a presença no Parlamento Europeu para que o programa comum dos partidos nacionais fosse realizado no âmbito comunitário¹⁰. O encontro para a fundação do Partido Pirata Europeu (PPEU), realizado em Bruxelas em Março de 2014, reuniu cerca de 500 representantes de diversos Partidos da Europa, elegeu Amelia Andersdotter (ex-eurodeputada do PPS) como presidente e Peter Sunde (conhecido como porta-voz do The Pirate Bay), como candidato a sucessor na presidência da Comissão Europeia. No âmbito das eleições europeias, os resultados foram insatisfatórios para o Partido Pirata. Para além de perderem os dois eurodeputados

⁷ Disponível em: http://www.piratpartiet.se/nyheter/european_pirate_platform_2009. Acesso em 18 fev. 2012.

⁸ O caso da adesão de Tauss está disponível em: http://wiki.piratenpartei.de/FAQ_J%C3%B6rg_Tauss. Acesso em 18 fev. 2012.

⁹ Disponível em <http://www.p2p-blog.com/item-1089.html>. Acesso em 18 fev. 2012.

¹⁰ Disponível em <http://www.ppeu.net>. Acesso em 10 abr. 2013.

eleitos em 2009, apenas o Partido Pirata da Alemanha, dos 15 partidos que concorreram, conseguiu garantir um assento, dos 754 disponíveis, com a eleição de Julia Reda em 2014.

Quando o PPS foi fundado, Rick Falkvinge acreditava que a sua criação mudaria não só a Suécia, mas a Europa e o mundo. O caso da Alemanha fortaleceu a sua profecia. As vitórias em 2012 dos piratas alemães criaram alarde nos *media* e rumores nos bastidores da política alemã principalmente porque o jovem Partido Pirata da Alemanha mostrou índices de superação da performance da ala mais tradicional. Em 2011, obteve as primeiras vitórias regionais nas eleições de Berlim com 8.9% dos votos - dos 141 assentos no *Abgeordnetenhaus* (Câmara de Deputados), 15 ficaram com os piratas¹¹. Em Março de 2012, o PPA continuou a crescer. Nas eleições do Estado de Saarland alcançou 7,4% dos votos e garantiu mais quatro assentos parlamentares. Em Maio do mesmo ano, com o resultado positivo nas estaduais de Schleswig-Holstein, o PPA conquistou mais seis lugares na Assembléia Legislativa e na Renânia do Norte-Vestfália, o maior colégio eleitoral da Alemanha, o PPA obteve 7,9% dos votos e elegeu mais 20 representantes¹². Em menos de dois anos de corrida eleitoral, 45 deputados e 199 conselheiros municipais foram eleitos pelo PPA. Na últimas eleições nacionais realizadas em 2013, o Partido Pirata da Alemanha foi à deriva: obteve resultados negativos (2,2% dos 5% exigidos) e não conseguiu votos suficientes para entrar no Parlamento Alemão.

No Brasil, o Partido Pirata existe desde 2007. Oficialmente, foi fundado em Julho de 2012 na cidade de Recife durante a primeira convenção, onde foram formalizadas a sua estrutura nacional, o estatuto, o programa e as diretrizes. Em 2013, através de uma campanha coletiva de angariação de fundos, arrecadou 20 mil reais doados por cerca de 400 pessoas a fim de publicar os documentos no Diário Oficial da União, como prevê a legislação em vigor no país. Atualmente, está na fase de recolha das assinaturas exigidas pela lei para formalização partidária. Diferente do Brasil, a dinâmica do Partido Pirata Português caracteriza-se por produções de teor mais incipiente, participações fragmentadas e projeções sociais reduzidas. Ainda que reconhecido a nível internacional pelos outros partidos devido à sua participação nas atividades do PPI, em Portugal o MPP é desconhecido no espectro geral, estando restrito a nichos específicos

¹¹ Disponível em <http://www.abgeordnetenhaus.de>. Acesso em 10 abr. 2013.

¹² Disponível em : <http://www.wahlergebnisse.nrw.de/landtagswahlen/2012/aktuell/dateien/a000lw1200.html>. Acesso em 10 abr. 2013.

com interesse nos temas que defendem. A atividade dos piratas portugueses teve início em 2009 a partir da iniciativa de estudantes de engenharia informática da Universidade de Lisboa. A formação foi incentivada pela midiaticização das primeiras vitórias do Partido Pirata da Suécia e também pela criação do Partido na Espanha. No entanto, o percurso do movimento em Portugal nos anos posteriores não demonstrou um crescimento quantitativo no sentido de tornar-se um grupo fundamentalmente alinhado por uma estrutura organizacional formalizada. O ano de 2013 pode ser considerado o período de maior afirmação do seu projeto político quando o grupo adquiriu estatuto jurídico na forma de uma associação, passando a existir uma pertença institucionalizada e um reconhecimento mútuo entre os seus membros no sentido de identificar, de modo objetivo, os integrantes do grupo.

Nos países que seguiram o exemplo da Suécia, os princípios iniciais mantiveram-se resguardados. Embora cada formação política obedeça a uma lógica de cariz holística, flexível, heterogênea de acordo com os diferentes contextos culturais, o MPP procura afirmar-se através da criação de um *marca identitária transnacional*, estabelecendo o que pode ser chamado de *franquia ideológica*. Adotar o rótulo de “partido pirata” implica a incorporação de pontos em comum. Em resumo, são 13 as premissas que servem de bússola para a rota destes partidos: 1) defender a liberdade de expressão, comunicação, educação; respeito à privacidade dos cidadãos e os direitos civis em geral; 2) defender a liberdade de fluxo de ideias, conhecimento e cultura; 3) apoiar politicamente a reforma dos direitos autores e leis de patentes; 4) trabalhar de modo colaborativo e participativo com o máximo de transparência; 5) não aceitar ou adotar políticas de discriminação de raça, origem, crenças ou gênero; 6) não apoiar ações que envolvem a violência; 7) utilizar *softwares* com códigos abertos, *free hardware*, DIY e protocolos abertos sempre que possível; 8) defender politicamente a construção aberta, participativa e colaborativa de qualquer política pública; 9) democracia direta; 10) acesso aberto; 11) dados abertos; 12) economia solidária, economia para o bem comum e promoção da solidariedade entre os piratas; 13) partilhar sempre que possível.¹³

É interessante observar nos partidos não institucionalizados, como no caso brasileiro e português, a concentração das premissas nos objetivos que deram origem ao

¹³ Disponível em https://en.wikipedia.org/wiki/Pirate_Party. Acesso em 10 abr 2013. Sobre as afinidades e diferenças das propostas políticas dos Partidos Piratas, ver o quadro comparativo elaborado por Andrew Reitemeyer disponível em http://www.cleopolis.com/PP_comparison_policies.html. Acesso em 22 abr. 2013.

primeiro Partido Pirata na Suécia. Encontramos esta confirmação com mais evidência no movimento português. Desde a sua criação, mantém as propostas focalizadas em tópicos limitados. Já no caso brasileiro, depois do partido ter sido fundado em 2012, constata-se algumas ampliações nos traços organizativos das suas propostas. Além dos temas defendidos na Carta de Princípios de 2010¹⁴, o partido ampliou o programa incluindo novas propostas. As diretrizes passaram a abranger temas como a educação, a saúde, a diversidade, a segurança pública, os direitos urbanos, o Estado laico e a descriminalização dos utilizadores de drogas¹⁵. Atualmente, o número de países a levantarem a bandeira pirata através dos próprios partidos (oficializados e em processo de oficialização) já passa dos sessenta. A rapidez do seu alastramento fortaleceu o MPP como um dos mais importantes fenômenos sociais do século XXI. Embora navegue em ondas lentas, no cenário internacional o MPP demonstra gradativa penetração no espectro político com vitórias espalhadas pela Europa¹⁶.

A nova geometria do pirata: bricolagem, performatividade e recursos de confronto

O conceito de *bricolagem*, ressignificado por Lévi-Strauss (2003) na tentativa de explicar as diferenças entre o pensamento mítico e o científico, contribui para entendermos o modo de afirmação do MPP. Para o autor, o *bricoleur* é aquele que trabalha com os “meio-limites”, isto é, um conjunto contínuo e restrito de utensílios e materiais. O que quer dizer que o *bricoleur*, ao utilizar os recursos que têm nas mãos para criar, elabora estratégias evasivas para dar origem a novos resultados e novos artefatos. Neste sentido, a lógica do *bricoleur* não só contrasta com a formalidade do arquiteto e do engenheiro, como também opõe-se à forma organizacional que a compõe. O *bricoleur* é um artista do imprevisto e na falta do previsto desenvolve mecanismos criativos e próprios de afirmação da sua obra autônoma. Floch (1995) também buscou identificar formas de *bricolagem* na produção das identidades visuais. Utilizando a ideia inicial de Lévi-Strauss (2003), o autor defendeu que a identidade, como forma expressa a partir de uma práxis enunciativa, é formada por um processo “bricolar” em que as formas fixas são utilizadas para criar o novo a partir do antigo. Neste sentido, toda ação

¹⁴ Disponível em <http://partidopirata.org/documentos/carta-de-principios-v1-0/>. Acesso em: 18 fev. 2013.

¹⁵ Disponível em <http://partidopirata.org/documentos/programa>. Acesso em 18 fev. 2013.

¹⁶ Para uma visão atualizada do quadro geral da penetração política dos Partidos Piratas no Mundo, consultar: http://en.wikipedia.org/wiki/List_of_Pirate_Parties#National_Pirate_Parties Acesso em 10 abr. 2013

de *bricolagem* implica a presença de um sujeito enunciador que constrói, de modo particular, contra a erosão do sentido e contra a *désémantisation*, a própria identidade através de um ato libertador (Floch, 1995).

Estas contribuições servem para dar sentido e legitimar a ação eufêmica e metonímica do MPP, assumidas sob a forma da ressignificação do simbolismo arquétipo dos primeiros piratas. O caráter catártico da *bricolagem*, aquele que justifica sua prática em oposição à uniformização das identidades e dos protocolos de representação do mundo, é revitalizado pela apropriação da imagem do pirata como marcador performativo contra a acusação adjetivada da política que estes atores defendem. Assim, a *bricolagem* é uma prática fragmentária, periférica e rizomática que utiliza o contorno como uma atividade de reorganização empírica - mesmo não sendo planejada desde o início da ação -, a partir de elementos desprezados e descartados pela suposta ordem. A *bricolagem* torna-se em uma técnica intensa para a desestabilização. Através dela, o tom depreciativo do adversário endossa a transformação da acusação em um título de glória (Domenach, 1963: 34). Seguindo este raciocínio, o epíteto do MPP representa o primeiro campo de disputa no percurso de afirmação identitária deste grupo.

A tentativa de aglutinação antonomástica do nome é favorecida através da sua conexão com três momentos contextuais: um que afirma o valor do pirata por meio da recuperação estética e linguística do seu caráter mitológico e de suas ideologias revolucionárias no campo da organização social, aquilo que Domenach (1963) chamou de *lei da transfusão*; outro através do movimento de resistência que o antecede, tanto no campo da informática como no da geopolítica e, por fim, através da ressignificação da propaganda do “inimigo” como recurso retórico. A apropriação do simbolismo arquétipo dos primeiros piratas, mantendo o caráter disruptivo destas personagens em relação à ordem normatizada, visa utilizar o rótulo como protesto contra o tom acusatório da adjetivação, transformando-o em um *substantivo referencial de luta política*:

Para mim a pirataria é um estilo de vida muito mais abrangente que a participação partidária. Nesse aspecto, me considero pirata desde adolescente. Acredito que é um conjunto de princípios: respeito aos direitos humanos, à privacidade. Compartilhar conhecimento também é um destes pilares e com o surgimento de tantas novas tecnologias facilitadoras, ficou muito mais fácil. Estar aberto a mudar de ideia, conhecer e dividir o conhecimento, para mim isso é ser pirata. O estar em um partido organizado é apenas uma faceta na vida de um pirata. (Brasileira, feminino, 48 anos)

Pirata é alguém que, ao defender um princípio basilar de livre compartilhamento de conhecimento e cultura, define-se eminentemente contra-autoritário no exercício das

relações em sociedade, seja na relação com o Estado, seja na relação com entidades privadas. Daí decorre que, um pirata é alguém que defende direitos civis individuais, privacidade individual, transparência pública e empoderamento das pessoas que se valem de livre conhecimento, pessoas essas que passam a exercer de forma mais direta a dinâmica coletiva da sociedade, seja nas relações privadas, seja no exercício da democracia. (Brasileiro, masculino, 28 anos)

Ao transportarem o protótipo do pirata para o campo da política, os atores reafirmam a função da práxis enunciativa que a linguagem exerce na batalha pela produção de sentidos. Desta forma, a luta pela afirmação do nome põe em marcha um compromisso ativo com significados subjetivos que implica a identificação dos sujeitos a uma associação de pares que partilham o mesmo projeto. Trata-se, como equacionou o sociólogo francês, Claude Dubar (2006: 51-52), de um combate que coloca em causa a capacidade dos indivíduos em argumentar a favor de uma identidade reivindicada e unificadora, ou seja, uma *identidade reflexiva*. O nome também representa uma ambição ética inscrita no questionamento das identidades atribuídas e na busca de novas rotas biográficas para assegurar o reconhecimento da sua autenticidade, tanto por si mesmo como pelos *outros significativos* (os pares) e pelos *outros generalizados*. Esta forma reflexiva (para si) e estatutária (orientada para o “exterior”), encontrada nos processos de auto-afirmação dos atores, representa-se pela defesa de convicções éticas e por estratégias de repaginação simbólica das formas de existência política e parece estar alicerçada através da produção de uma identidade partidária pós-convencional. O esforço pela reorganização dos significados, expresso nas elaborações discursivas dos piratas, inscreve-se também no campo das mobilizações de saberes particulares através de competências sociais contestatórias assumidas em contraposição à normatividade de sentidos anteriormente concebidos por dispositivos estatutários.

A *bricolagem* da identidade política do MPP vai sendo elaborada, também, através dos recursos quotidianos de interação resgatados do universo da pirataria marítima. No interior das relações interpessoais do grupo, a identidade pirata é formada pela encenação naturalizada que as metáforas providenciam. Um “Ahoy!” é, muitas vezes, invocado para saudar uns aos outros e um “Arrrr!”, um sinal de exclamação (Fig. 1). A título ilustrativo, em Portugal o fórum *online* de discussão do Partido Pirata utiliza uma interessante nomenclatura para distinguir o nível de interatividade e a posição dos utilizadores. Aos indivíduos com níveis elevados de participação, medidos automaticamente pelo sistema do fórum através da quantidade de mensagens enviadas, são atribuídas categorias como *Cannon Loader* (Carregador de canhão), *Sword Sharpener* (Afiador de espadas), *Boatswain* (Contramestre) e *Navigator* (Navegador).

Os com participação reduzida são categorizados de *Landlubber* (marinheiro novato, sem familiaridades com a vida marítima), *Cabin boy/girl* (empregado de cabina), *Swab* (marinheiro comum), entre outros¹⁷.



Figura 1. Publicidade de rua do Partido Pirata de Berlim/Divulgação.

As figuras imagéticas e linguísticas [o barco, a pala, as vestimentas, o mapa, o tesouro, o mar, (fig. 2)] na rotina publicitária dos piratas representam estéticas argumentativas e atributos representativos de valores essencialmente criados como marcador identitário em que a excessividade metafórica intenta fixar uma forma epistêmica de reconhecimento do grupo. São marcações simbólicas extensivas e exóticas da afirmação de formas próprias de existir no universo da política institucional. São recursos que emergem da tentativa de transformar o conjunto de juízos de valores universais acerca da imagem do pirata em elementos práticos e técnicos favoráveis à afirmação da sua existência política. Para Calabrese (1987:70) colocar em relevo uma forma especial de se mostrar ao mundo “significa precisamente inventar uma identidade, construindo-se uma individualidade no interior de uma colectividade”. Seguindo o raciocínio deste autor acerca da excentricidade dos nomes, a supervalorização estética segue na transformação do nome em um *título*, elaborado a partir da destruição de uma ordem qualquer. No mesmo sentido, a sua afirmação fundamenta um movimento de *normatização dramática* da personagem do pirata a fim de conservar a identidade política que dela emerge (LIMA, 2007).

Como salientou Ellul (2014: 23), “uma propaganda moderna deve antes de mais endereçar-se ao mesmo tempo ao indivíduo e à massa”. Devido a sua eficácia, a comunicação propagandista quando é feita de modo geral, ou seja, sem atingir de modo

¹⁷ Disponível em: <http://www.forum.piratenpartei.eu>. Acesso em 18 fev. 2013.

individual um por um, não só tende a informar com maior rapidez, como também acaba por tirar vantagem quer da estrutura da massa, quer das condições tecnológicas que permitem a disseminação da mensagem em escalas planetárias. A homogeneização da propaganda e as replicações de signos comuns encontradas na estética publicitária dos piratas, favorece a criação de um espaço transnacional que age tanto ao nível da afirmação de uma comunidade e um estilo de vida, como também opera no âmbito da difusão da sua identidade no imaginário social através da ativação simbólica que os signos piráticos promovem.



Figura 2. Capa da “Cartilha Pirata” e cartaz de divulgação do Partido Pirata do Brasil.
Fonte: <http://partidopirata.org>

O riso provocado pelo jocoso, pelo divertido e pelo pictórico, impele a uma ação emotiva de apreensão direta da mensagem que se quer passar. Neste sentido, a excessividade estética utilizada pelos piratas, embora seja admitida como uma estratégia desestruturada se for comparada às propagandas organizadas com o fim de controle psicológico total, procura situar-se no campo das atualidades que compõem a agenda pública e que se encontram subjacentes às questões das sociedades digitais. Neste sentido, conforme Ellul (2014: 80-81), pode-se dizer que o exercício destes atores na construção publicitária que promovem, aproxima-se do que o autor denominou de “propaganda sociológica”, ou seja, aquela que tenta influenciar outros indivíduos ao nível dos estilos de vida. Tal modo de trazer ao público os ideais políticos refere-se a um modelo difuso em que - ao contrário da propaganda política convencional interessada na promoção de suas premissas a fim de levar os eleitores a aceitar um pacote de propostas padronizadas -, os fatores econômicos, políticos, sociológicos

fazem penetrar nos indivíduos uma determinada ideologia. Como destacou Ellul (2014), esta propaganda é construída espontaneamente, não é fruto de uma ação deliberada e se exprime a partir da interpenetração dos valores a serem publicitados na vida do próprio propagandista. Na propaganda sociológica, que o autor referencia como aquela que acontece subterraneamente através de instituições como a escola, o cinema, o serviço social e que modela comportamentos de modo concordante e espontâneo, a ação é delimitada de modo aclimatado, de modo progressivo a fim de introduzir novas éticas e mudar o meio ambiente dos indivíduos.

As referências marítimas não param. Também estão presentes na simbologia do Partido: uma vela de um barco forma a letra “P” em cores monocromáticas, fortalecendo o imaginário pirata ao criar uma conexão figurativa com a famosa bandeira de Jolly Roger (Fig. 3). A simplicidade do símbolo gráfico contribui para a integração cômoda do MPP ao invocar um conjunto de ideias e sentimentos intercambiáveis pela unidade ideológica de suas principais propostas. Como defendeu Domenach (1963), as fórmulas claras e a redução do tom rebuscado e abstrato das propagandas partidárias, parecem favorecer resultados no processo elementar de fixação de uma ideologia.



Figura 3. Logomarca do Partido Pirata , desenhada por Marie "Emma" Andersson.

Fonte: https://en.wikipedia.org/wiki/Pirate_Party

Outra estratégia discursiva utilizada pelo MPP é o alargamento da condição do *ser-pirata*. A ampliação interpretativa e a reposição do sentido favorece a uma certa *inflação espiral* do contágio social na medida em que o termo afirma-se como um substantivo caracterizador daqueles que resistem à um tipo de sistema coercitivo considerado injusto, elevando o seu processo de empatização social. Nesta mesma direção, a estratégia de conversão continua através do jogo lúdico que a desconstrução proporciona a fim de liberar a perspectiva que a exclui, para desta forma promover, não a morte das estruturas normativas, mas a deslocação das suas fronteiras. No dizer de

Dubar (2006), estas novas dinâmicas de produzir as identidades se afirmam através de um projeto de resistências multiformes, tanto na forma de renitências culturais ou movimentos sociais orientados por diferentes contextos que não são apenas defensivos e localizados, mas que, por sua vez, tentam também promover causas universais como as da ecologia ou do feminismo, e agora o *movimento pirata*, perfeitamente compatíveis entre si. São formas de resistência e de reivindicação estruturadas de modo muito diferente daquela tipologia weberiana do calvinista capitalista que condicionava o homem de negócios, movido *apenas* por uma lógica puramente econômica (Dubar, 2006: 38). Estas *identidades laicizadas*, emergem a partir de um quadro ético próprio, organizado em torno de um saber dissidente que privilegia menos a exclusividade do sucesso material como fundamento que dá sentido às suas existências, e mais o reconhecimento social pelo Estado da sua capacidade crítica.

Os piratas reiteram uma manobra assumptiva que justifica e estrutura a visão do grupo a partir de uma estratégia elaborada para tornar forte a ideia de que a *ideologia pirata* não está condicionada por ações restritas ao universo tecnológico. Pelo contrário, a afirmação de uma identidade plena parte do pressuposto de que a performance do pirata deve inundar todas as áreas da vida. Já não se fala mais em uma *identidade pirata*, mas em uma *perspectiva pirática*. Esta conversão indicia tanto um recurso de auto-afirmação, como fundamenta uma ação favorável ao trabalho de divulgação da sua política como opção de vida. Nesta ordem de pensamento, a contingência do conceito de identidade é substituída pela ideia panorâmica que a pirataria proporciona ao imaginário social. O propósito não é manter uma identidade fixa a partir de uma luta especializada que se concentra somente em defender causas específicas, aquelas que caracterizam o mar da pirataria digital. No exercício de expressão das próprias subjetividades, o navio dos piratas passa a navegar em águas mais profundas. Os atores estabelecem um quadro lógico que se depreende do mar para a terra, passando a figurar não apenas como uma *estratégia de resistências*, mas como um *projeto para a existência*. A ideologia vai transbordando por meio de ondas gradativas, oscilantes e por vezes entusiastas:

[...] o que a gente pautou aqui foi a ideia de levar esta perspectiva da liberdade civil que encontramos nos temas originários do movimento para outras pautas. Da mesma forma que a pessoa deve ter a liberdade e o direito de compartilhar livremente a cultura, o conhecimento, as informações e uma série de outras coisas - e isso tem implicações positivas - ao nosso ver esta perspectiva deveria ser utilizada em outros campos, como a homossexualidade, as drogas e uma série de outras coisas. O que

menos se discute no Congresso, na Câmara de Vereadores, na Assembléia Legislativa, são questões de pirataria, por isso trabalhar com os temas originários, como a pirataria, numa cidade do interior do Brasil ou numa capital não causa impacto nenhum. Por isso, é necessário ampliar a pauta e incorporar essa ideia da liberdade da internet enquanto ferramenta de transformação e da transparência a uma série de outros temas que envolvem o Partido Pirata e que podem ser colocados próximos de temas que até então aparentavam distantes do nosso propósito. (Brasileiro, professor universitário, mestrado, masculino, 35 anos)

[...] eu tenho a impressão de que a educação pirata vai além da democracia. Eu acho que a pirataria é mais ampla. A pirataria te prepara para o mundo. Para todos os tipos de cidade. É mais que uma escola democrática. Eu acredito mesmo que uma perspectiva pirata na educação pode superar a democracia. (Brasileira, mestrado, feminino, 35 anos)

Sem dúvida, o capital social investido na afirmação do nome e da imagem do MPP não é ocasional. Embora o seu modo de atuar favoreça a produção de um olhar exotizante e, por vezes, ocasione visões turvas e conclusões autônomas na efetivação de estereótipos e na desqualificação das suas teses políticas, os fenômenos sociais de distinção contribuem com a *capitalização* deste mesmo *exotismo* em termos de reconhecimento público. Neste sentido, a linguagem distintiva, apesar de ser considerada como um instrumento de *encarceramento simbólico* e de subordinação de identidades sociais minoritárias, é utilizada pelos piratas como recurso sistemático de afirmação da sua personalidade política na medida em que se esforçam para não atuar, seguindo a contribuição de Machado (2008:704), como “receptáculos de estereótipos construídos à revelia das suas vontades”, mas, ao contrário como sujeitos ativos na promoção sistemática de uma imagem *radical* como fundamento para uma *existência exótica* no campo da política partidária.

No mesmo sentido, o cotidiano da produção social dos piratas utiliza a argumentação irônica como um importante recurso retórico para estabelecer o confronto e o choque moral na tentativa de despertar o outro para conhecer uma realidade, muitas vezes, camuflada por perspectivas dominantes. A eclosão da ironia encontrada nas suas diversas formas de encenação social fundamenta-se num exercício regular de apropriação das palavras do “outro”. Usadas em novos contextos, as entonações de afirmação retórica assumem um caráter subversivo na medida em que se esforçam por transformar as representações preexistentes das imagens mitológicas do pirata (rebelde, radical e renitente) e da tecnologia (progresso, inovação, emancipação) em uma prática política excepcional. Nesta ordem, a identidade que elaboram serve a propósitos específicos: afirmar a diferença como forma de demarcar uma existência política

coletiva e, ainda, utilizar esta diferença como recurso de profusão da sua marca identitária no *mercado* partidário.

No campo da visibilidade social, os piratas utilizam recursos publicitários que se aproximam de uma prática *contrapropagandística*. Em termos gerais, o objetivo desse tipo de ação é promover as próprias ideologias a partir do combate das teses dos adversários de modo persuasivo em que a atenção social é atraída por mecanismos que visam “desmontar” e colocar em contradição as ideias defendidas pela oposição (Domenach, 1963). Essa tentativa de desestruturação dos modelos tradicionais da publicidade política, embora seja feita a partir de uma imitação sistêmica das formas clássicas utilizadas em campanhas eleitorais, é melhor notada na difusão de imagens, palavras e temas que não integram, de modo explícito, o universo sógnico dos partidos dominantes. Em um dos cartazes da campanha dos piratas alemães, a insatisfação contra os altos preços dos aluguéis e o descontentamento com a política de habitação estampam-se em letras garrafais através da frase: *Die scheiss mieten sind zu hoch*, em tradução livre, algo como: “A merda do aluguel está muito alta”. Em outro pôster a figura gravatada de um homem faz companhia ao letreiro: *Vater, vater, kind* [Pai, pai, filho] e serve para defender as políticas de igualdade de todos os tipos de organização familiar (Fig. 4). Os piratas abusam um pouco mais da estética publicitária. As políticas de diversidade cultural e de gênero são divulgadas com adesivos que misturam a logomarca do Partido, símbolos informáticos, grafismos multicoloridos e palavras que identificam órgãos sexuais. Juntos simbolizam a fusão da política, da tecnologia, do amor e da pluralidade sexual. Para defender a liberdade de livre consumo da *cannabis*, as teses dos piratas vão impressas em pacotes de papel para enrolar o tabaco (Fig.5).

Tal conjunto de práticas materializa uma estratégia auferida por linguagens próprias intencionadas em divulgar a qualidade das suas identidades sociais e, sobretudo, em hostilizar os princípios fundacionais do sistema. Uma transgressão que utiliza, seguindo os contributos de Durand (1974) e Barthes (1990), a retórica do visual como método apoiado na liberdade estilística que a publicidade permite e, assim, distinguir uma forma excepcional de existência política. Trata-se de um movimento ostensivo de integração, nas suas diversas instâncias, do projeto de vida destes atores em que as formas de resistências se agitam por estratégias e estruturas enunciativas emitidas por ensaios contestatórios às figuras do poder dominante. São recursos de *ancoragem identitária* assentes na saturação e no antagonismo da *diferença* como um

porto concreto de subversão das lógicas sociais que subjagam os comportamentos laicos e os modos dessacralizados de existir.



Figura 4. Cartazes da campanha política do Partido Pirata da Alemanha

Fonte: <https://wiki.piratenpartei.de/Wahlen/Bund/2013/Plakatmotive>



Figura 5. Material de campanha do Partido Pirata da Alemanha / **Fonte:** Arquivo pessoal

Conclusão

A julgar pelo contexto da crise oferecida pela digitalização da informação (FIANI, 2009; GARCIA, 2006; MACHUCO ROSA, 2006; BOLAÑO, 2000) é

imperativo dizer que o MPP não figura como uma solução conflitual. Ao contrário, ele faz cintilar o próprio conflito no interior do capitalismo informacional. Sem dúvida, o exemplo sueco representa o apogeu do processo de transição do ativismo civil para a formação de organizações políticas que emergem para questionar os direitos autorais e combater à criminalização unilateral de algumas práticas de partilha da informação no âmbito digital. Além disso, a politização do discurso reorientou a agenda pública a respeito da utilização irrestrita da lei nos casos onde se alega a violação de direitos autorais. Ao retirarem a exclusividade do fator legal como recurso operatório e decisivo, a questão deixou de ser um problema com exclusividade jurídica, tornando-se, decisivamente, de ordem sócio-política. Não bastaria remediar os casos de violação do *copyright* através das intervenções forenses, sem antes examinar, entre outras coisas, o grau de violação de direitos civis - como o da privacidade - pela simples aplicação da regra em defesa dos interesses privados (DAHLBERG, 2011).

Do mesmo modo em que os contextos de coibição e de subjetivação dos indivíduos a que os piratas marítimos estavam subjugados representavam um contexto idealizado para a sua resistência civil, o deslocamento da pirataria para novos campos de disputa de poder, como o da informação digital, serve também como pressuposto para o exercício de uma prática crítica em relação à violência instrumental dos dispositivos legais e protecionistas criados para punir os supostos delitos cometidos contra a propriedade intelectual. Note-se que é nesta direção que a insurgência do MPP, antecedida pelo contexto da força coercitiva dos progressos da legislação dos direitos autorais e das patentes, busca alternativas para uma ação política consubstanciada no engajamento e na luta contra a privatização do bem comum. A associação com a figura do pirata, apesar de aparentar bucólica, indicia uma prática não de conformação, mas de confrontação. A ousadia das suas premissas faz lembrar o caráter político do *détournement* como instrumento de dissidência. Ao invés de rejeitarem o estigma, assumiram o risco de substituir a sua morfologia obsoleta por uma que coloque em xeque, robustos dogmas morais e crenças sociais acorrentadas por perspectivas hegemônicas. Ao invés de destruí-lo, constroem um significado antagônico ao seu sentido original para dele usufruir.

Não é conclusivo atribuir à ação do MPP um exemplo típico daquilo que Debord e Wolman (2006) defenderam a respeito da prática que propuseram em finais da década de 1950. Mas também não está distante, a ideia de que conduziram o termo a um outro conjunto de significados com uma nova dimensão e novo efeito social. Através do

choque, da ironia, da sátira, da substituição e do mimetismo, utilizam o rótulo a partir de um *ethos* próprio. A metáfora perde o seu valor como marcador epistêmico do desvio passando a ser utilizada em forma de pastiche para demarcar uma ideologia que desconstrói para reconstruir. Sem dúvida, a tônica desta premissa reaviva o debate ideológico e utópico em redor da tomada de poder por novos movimentos sociais. As experiências quotidianas da política canônica pulverizam dúvidas em relação à atuação das minorias partidárias. No entanto, o discurso da crise refrigera-se ao vigor de suas certezas. Não há garantias de que os Partidos Piratas, como movimento social ou partido político, consigam ultrapassar a sofisticação das parcerias já travadas no núcleo das políticas internacionais da informação, da cultura e do conhecimento. Nem muito menos de que conseguirão, finalmente, transformar a democracia em um projeto menos opaco e mais realizável, permanecendo isentos do processo de cooptação e homogeneização que caracteriza a tradição política ocidental. Os conflitos internos que experimentam, o crescimento silencioso e a política *catch-all* que passou a vigorar no seu programa, não profetizam o seu fim. Ao contrário, parecem adiantar os novos desafios que se apresentam ao Partido Pirata na consecução dos seus interesses e, por conseguinte, na sua autoafirmação como um movimento global comprometido em questionar o anacronismo dos fundamentos políticos da regulação da informação.

Referências Bibliográficas

AGUIAR, Vicente Macedo de. Da ciber-religião para a ciberreligiosidade. In: AVELLAR, V.; Silveira, E. (Orgs.). **Espiritualidade e sagrado no mundo cibernético**. São Paulo: Loyola, 2014, 73–90.

BARTHES, Roland. **O óbvio e o obtuso**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1990.

BELISÁRIO, Adriano; TARIN, Bruno (Orgs.). **Copyfight: pirataria e cultura livre**. Rio de Janeiro: Azougue Editorial, 2013.

BOLAÑO, César. **Indústria cultural, informação e capitalismo**. São Paulo: Editora Hucitec/Pólis, 2000.

BOYLE, James. **The public domain: enclosing the commons of the mind**. Yale Univ Press, 2008.

CALABRESE, Omar. **A idade neobarroca**. Lisboa: Edições 70, 1987.

CASTELLS, Manuel; CARDOSO, Gustavo (Orgs.) **Piracy cultures: how a growing portion of the global population is building media relationships through alternate channels of obtaining content.** Indiana: Xlibris, 2013.

DAHLBERG, Leif. Pirates, Partisans, and Politico-Juridical Space. **Law and Literature.** vol.23, no. 2, Summer, 2011, 262–281.

DANTAS, Marcos. **A lógica do capital-informação.** 2ª ed. Rio de Janeiro: Contraponto, 1996.

DECHERNEY, Peter. **Hollywood's copyright wars: from edison to the internet.** New York: Columbia University Press, 2012.

DEBORD, Guy.; WOLMAN, Gil. A User's Guide to Détournement. In: KNABB, Ken. (ed.). **Situationist International Anthology.** Berkeley: Bureau of Public Secrets, 2006, p. 31-43. Disponível em: <http://www.anarchyisorder.org/CD4/Lay-outed%20texts/PDF-versions/Knabb,%20Ken%20-%20Situationist%20International%20Anthology.pdf>. Acesso em: 15 mai. 2013.

DOMENACH, Jean-Marie. **A propaganda política.** São Paulo: Difel, 1963.

DUBAR, Claude. **A crise das identidades: a interpretação de uma mutação.** Porto: Edições Afrontamento, 2006.

DURAND, Jacques. Retórica e imagem publicitária. In: METZ, Christian; et al. **A análise das imagens.** Petrópolis: Vozes, 1974, 19-55.

DURAND, Rodolphe; VERGNE, Jean-Philippe. **The pirate organization: lessons from the fringes of capitalism.** Boston, Mass.: Harvard Business Review Press, 2013.

ELLUL, Jacques. **Propagandas: uma análise estrutural.** Lisboa: Antígona, 2014.

ERLINGSSON, Gissur Ó.; PERSSON, Mikael . 2011. The Swedish Pirate Party and the 2009 European Parliament Election: protest or issue voting?. **Politics**, v. 31, nº3, 2011, 121–128.

FIANI, Ronaldo. A crise dos bens culturais como mercadorias. **Liinc em Revista**, v.5, n.2, setembro 2009, Rio de Janeiro, 231-246.

FLOCH, Jean-Marie. **Identités visuelles.** Paris: PUF, 1995.

FLORIDI, Luciano; SANDERS, J.W. Internet ethics: the constructionist values of homo poieticus. In: CAVALIER, Robert (Org.). **The impact of the internet on our moral lives.** New York: State University of New York Press, 2005, 195–214.

GANTZ, John; ROCHESTER, Jack B. **Pirates of the digital millennium: how the intellectual property wars damage our personal freedoms, our jobs, and the world economy.** Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall/Financial Times, 2005.

GARCIA, José Luis. Biotecnologia e biocapitalismo global. **Análise Social**, vol. XLI, n°. 181, 2006, pp. 981-1009.

GORZ, André. **O imaterial: conhecimento, valor e capital**. São Paulo: Annablume, 2005.

HIGGINS, George; MARCUM, Catherine Davis. **Digital piracy: an integrated theoretical approach**. Durham, N.C.: Carolina Academic Press, 2011.

JOHNS, Adrian. **Piracy the intellectual property wars from Gutenberg to Gates**. Chicago: University of Chicago Press, 2009.

KERNFELD, Barry Dean. **Pop song piracy: disobedient music distribution since 1929**. Chicago; London: University of Chicago Press, 2011.

LEMOS, Ronaldo. **Direito, tecnologia e cultura**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2005.

LESSIG, Lawrence. **Free culture: the nature and future of creativity**. New York: Penguin Press, 2004.

———. **Remix. Making art and commerce thrive in the hybrid economy**. London: Bloomsbury Academic, 2008.

LÉVI-STRAUSS, Claude. **Antropologia Estrutural**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2003.

LIMA, Aluísio Ferreira de. Para uma reconstrução dos conceitos de massa e identidade. **Revista Psicologia Política**. V. 7, n°14, 2007.

MACHADO, Igor José Renó. Sobre os processos de exotização na imigração internacional brasileira. **Revista de Antropologia**, São Paulo, USP, 2008, v. 51 N° 2, 699-733

MACHUCO ROSA, António. **Cinco lições sobre Comunicação, Redes e Tecnologias da Informação da Cibernética ao Copyright**. Lisboa: Vega, 2006.

MASON, Matt. **The pirate's dilemma: how youth culture is reinventing capitalism**. New York: Free Press, 2008.

MIEGEL, Fredrik; OLSSON, Tobias. From pirates to politician: the story of the swedish file sharers who became a political party. **Democracy, Journalism and Technology: New Developments in an Enlarged Europe**, 2008, 203–217.

POSTIGO, Hector. **The digital rights movement: the role of technology in subverting digital copyright**. Cambridge/London: The M.I.T. Press, 2012.

SCHWEIDLER, Christine; COSTANZA-CHOCK, Sasha 2005. Piracy. In AMBROSI, A.; PEUGEOT, V.; PIMIANTA, D. (Orgs.). **Word matters: multicultural perspectives on information societies**. C & F Éditions. Disponível em: www.vecam.org/article694.html. Acesso em: 10 jan. 2012.

STALLMAN, Richard. **Free software, free society: selected essays of richard m. stallman.** Boston: GNU Press. 2002. Disponível em <http://www.gnu.org/philosophy/fsfs/rms-essays.pdf>. Acesso em 10 jan. 2012.

SCHILLER, Dan. **How to think about information.** Illinois: University of Illinois Press, 2007.

STRANGELOVE, Michael. **The empire of mind: digital piracy and the anti-capitalist movement.** Toronto: University of Toronto Press, 2005.

VAIDHYANATHAN, Siva. **Copyrights and copywrongs: the rise of intellectual property and how it threatens creativity.** New York: New York University Press, 2003.

VERGNE, Jean-Philippe. The pirate and the capitalist: a love story? **Policy.** V. 29, nº 3, 2013, 3–9.

Aprovado em: 02 de Novembro de 2015