

CIES e-Working Paper N.º 184/2014

**O consumo de cinema europeu na era da pirataria online  
e o caso de Portugal**  
Miguel Afonso Caetano

**Miguel Afonso Caetano** é doutorando em Ciências da Comunicação no Instituto Universitário de Lisboa (ISCTE-IUL). Licenciado em Comunicação Social pela Universidade Católica Portuguesa e Mestre em Comunicação, Cultura e Tecnologias da Informação pelo ISCTE-IUL, tem experiência profissional na área do jornalismo especializado em tecnologia. No âmbito do seu projeto de doutoramento pretende efetuar uma análise comparativa dos comportamentos dos utilizadores portugueses e brasileiros de redes *Peer-to-Peer* (P2P) e sites de partilha de ficheiros.

## **Resumo**

Por ser uma das indústrias culturais mais lucrativas em todo o mundo e envolver grandes investimentos públicos e privados, a indústria cinematográfica possui relevância especial face a outros sectores culturais. Ao mesmo tempo, a nível da União Europeia o contributo do cinema para o reforço de uma identidade comum dos próprios cidadãos europeus é sobejamente reconhecido. Contudo, verifica-se no circuito comercial tradicional de distribuição cinematográfica (salas de cinema, televisão e vídeo) que a um apetite insaciável do público europeu por produções norte-americanas corresponde uma crescente marginalização dos filmes de origem europeia. Este artigo utiliza o cinema europeu como estudo de caso com vista a analisar o modo como com a comunicação em rede característica das sociedades de informação do início do século XXI, o utilizador assume o papel de distribuidor de obras culturais, resultando daqui uma oferta mais alargada e diversificada de conteúdos – nomeadamente nas redes *Peer-to-Peer* (P2P) e nos sites de partilha de ficheiros da Internet. Os resultados de um inquérito online realizado junto de utilizadores de Internet portugueses indiciam, no entanto, que o aumento da disponibilidade do cinema europeu aliado à gratuitidade do acesso aos filmes não se traduz numa maior frequência do consumo de produções europeias.

**Palavras-chave:** P2P, partilha de ficheiros, pirataria, direito de autor, cinema, Europa, Hollywood, consumo, cultura, Internet.

## **Abstract**

As one of the most profitable cultural industries throughout the world, implicating large-scale public and private investments, the film industry has a special significance vis-à-vis other cultural sectors. Moreover, at European Union level, cinema is one of the few cultural industries whose contribution to the strengthening of a common self-image is widely acknowledged. However, in traditional distribution channels (movie theaters, television and video) one can observe that the insatiable appetite of the European public for US film productions corresponds to a growing marginalization of films made in Europe.

This paper uses European cinema as a case study for analyzing how, in the networked communication characteristic of 21<sup>st</sup>-century information societies, the user adopts the role of a distributor of cultural works, resulting in a wider and more diversified range of available content – particularly in *Peer-to-Peer* (P2P) networks and file sharing sites over the Internet. Nonetheless, results of an online survey carried out on Portuguese Internet users suggest that the increase in the availability of European cinema combined with the free access to films does not translate in a higher frequency for the consumption of European productions.

**Keywords:** P2P, file sharing, piracy, copyright, film, Europe, Hollywood, consumption, culture, Internet.

## **Introdução**

Se optássemos pelo exercício especulativo de tentar identificar o principal inimigo da indústria cinematográfica europeia no início do século XXI meramente a partir da leitura de artigos da comunicação social e comunicados oficiais emitidos pela Comissão Europeia e outras instituições supranacionais e nacionais do velho continente, facilmente poderíamos ser tentados a apontar as nossas suspeitas para a pirataria online de obras audiovisuais, nomeadamente a cópia não autorizada pelos detentores de direitos de autor de filmes através do recurso a redes (BitTorrent) e sites (MegaUpload) de partilha de ficheiros.

Com efeito, apesar de em termos históricos a pirataria não ser um exclusivo das tecnologias digitais (Atkinson e Fitzgerald 2014; Balázs 2011; Cumming 2013; Cvetkovski 2013; Decherney 2012; Drahos e Braithwaite 2003; Johns 2009; Kernfeld 2011; Lessig 2001, 2004; Machuco Rosa 2009; Samuels 2000; Vaidhyanathan 2001), a desmaterialização de obras protegidas por direitos de autor permitida pela Internet fez com que o processo de duplicação e consumo dessas mesmas obras à revelia dos detentores de direitos se tornasse muito mais fácil e economicamente acessível. Em resposta às pressões das associações industriais do sector, alguns dos governos nacionais dos estados-membro da União Europeia (UE) têm aprovado alterações nas suas legislações de direitos de autor de forma a prever medidas repressivas contra utilizadores individuais. É dentro deste quadro que o mecanismo de “resposta gradual em três etapas” adotado pela França que prevê o corte da ligação da Internet a alegados piratas tem servido de inspiração a outras tentativas mais ou menos veladas, mais ou menos falhadas por parte de outros países europeus.

Se os estudos e dados fornecidos pela indústria que servem de base a essa repressão realçam os impactos negativos (dados como certos) da pirataria para o sector (Liebowitz 2007, 2008), ao mesmo tempo os potenciais ganhos em termos de bem-estar social oferecidos aos consumidores pela partilha de ficheiros são negligenciados (Andersen e Frenz 2008; Grassmuck 2010; Huygen *et al* 2009; Rob e Waldfogel 2006). Outras pesquisas da responsabilidade de centros académicos de investigação e até mesmo de gabinetes associados a ministérios nacionais e instituições da UE concedem mais ênfase aos benefícios da pirataria na óptica do utilizador-consumidor, chegando mesmo por

vezes a identificar efeitos positivos no consumo online não autorizado de conteúdos audiovisuais (Aguiar e Martens 2013; Cammaerts e Meng 2011; Cammaerts, Mansell e Meng 2013; HADOPI 2011; Oberholzer-Gee e Strumpf 2007, 2010; Tanaka 2004; Waldfogel 2010).

Alicerçadas em pressupostos empíricos frágeis, incompletos ou mesmo tendenciosos, as políticas de aplicação das leis de direito de autor ameaçam colocar em risco valores considerados fundamentais num Estado de Direito como a privacidade e a liberdade de expressão para erguer em seu lugar uma estrutura opaca de vigilância, censura e controlo.

Mas mesmo acreditando que é possível demonstrar a existência de uma relação causal negativa entre o *download* não autorizado realizado de modo informal e as receitas oriundas do circuito comercial formal (incluindo salas de cinema, DVD's e mais recentemente VOD) – tarefa que até ao presente se tem afigurado difícil (Danaher e Waldfogel 2012; Dejean et al 2008; Martikainen 2011; Peukert et al 2013; Tanaka 2011) -, o que fica sempre por provar é se a distribuição digital não autorizada prejudica de igual modo todo o tipo de cinema independentemente da sua região de origem ou apenas o cinema com origem nos Estados Unidos da América, em particular nos grandes estúdios de Hollywood.

### **Fraca procura por cinema europeu nas redes P2P a nível global**

Dados relativos ao tráfego dos filmes mais populares na rede *Peer-to-Peer* (P2P) BitTorrent referidos por Joe Karaganis levam forçosamente um observador neutral a concluir pela última hipótese. Na verdade, os títulos mais procurados aí são os grandes êxitos de bilheteira vulgarmente conhecidos por *blockbusters*. Numa nota publicada no âmbito de um processo de consulta lançado em 2011 pela Comissão Europeia sobre o financiamento público de obras audiovisuais na UE, o vice-presidente da *The American Assembly* da Universidade de Colúmbia cita uma lista compilada pelo *TorrentFreak*, um *blog* especializado em partilha de ficheiros<sup>1</sup>, dos 100 filmes mais descarregados via BitTorrent durante a primeira quinzena de Julho desse ano (Karaganis 2011). De acordo com esse *ranking*,

---

<sup>1</sup> <http://torrentfreak.com>.

- 74 dos filmes consistem em produções exclusivamente norte-americanas.
- Três são produções exclusivamente europeias.
- Três tratam-se de produções exclusivamente com origem na Índia.
- 17 são co-produções entre os EUA e um ou mais países, incluindo 14 com empresas europeias.
- As produtoras britânicas foram responsáveis por apenas dois filmes, tendo colaborado na produção de outros 11 títulos.
- As companhias alemãs produziram quatro filmes.
- As companhias canadianas produziram três filmes.
- África do Sul e Nova Zelândia produziram apenas um filme cada.
- Japão e Roménia co-produziram um filme cada.

Karaganis aproveita ainda para pôr a nu a inutilidade da estratégia francesa de promoção de leis duras contra a violação dos direitos de autor (como é o caso da lei “Criação e Internet” que institui a alta-autoridade HADOPI destinada a monitorizar a implementação do sistema de resposta gradual) em simultâneo com a continuidade da aposta em políticas visando reforçar a exceção cultural das obras de origem europeia no que toca ao comércio de bens e serviços de cariz audiovisual. Com efeito, da lista dos 100 filmes mais descarregados, apenas constavam quatro produções da responsabilidade de companhias europeias. Mais revelador ainda é o facto de nenhum destes filmes ter sido filmado em França, ter o francês como idioma principal ou incluir atores ou cineastas famosos desse país europeu.

Outro traço distintivo desta lista é a presença hegemónica do inglês, com 98 dos 100 filmes sendo falados neste idioma. Para além do inglês, o hindi é a única outra língua presente no ranking: “A lista apresenta fortes argumentos favoráveis à tese de que em condições de ausência de barreiras alfandegárias, o mercado internacional é um mercado em língua inglesa e mais especificamente um mercado dominado por Hollywood envolvendo ocasionalmente a participação de parceiros estrangeiros”, conclui Karaganis que salienta ainda o facto da cauda da lista se encontrar ocupada por filmes norte-americanos de segunda linha produzidos no ano anterior e não tanto por títulos europeus (Karaganis, *idem*).

À luz destes dados, a preocupação excessiva dos decisores políticos europeus com o suposto problema da pirataria passa a adquirir outros contornos na medida em que os

factos tendem a indicar que esta preocupação, concretizada em políticas repressivas de infrações aos direitos de autor, acaba por desviar as atenções de um problema mais grave que afeta o cinema europeu: a falta de procura por parte dos cidadãos da União Europeia bem como do resto do mundo.

A ausência de apetência dos fãs de cinema por produções europeias é aliás observável a partir de critérios estritamente economicistas de eficácia: segundo números compilados pelo *European Audiovisual Observatory* (EAO – Observatório Europeu para o Audiovisual), em 2009 foram produzidos 677 filmes nos EUA contra 1192 nos 27 países da União Europeia (EAO 2010a, 2010b). O crescimento do número de novas produções com origem na UE ao longo dos últimos 10-15 anos (De Vinck e Lindmark 2012) seria aliás inexplicável não fosse a ajuda imprescindível de diversos fundos supranacionais e nacionais, bem como de incentivos fiscais concedidos por Estados e regiões: em 2009 o montante total em apoios financeiros concedidos ao sector do audiovisual rondou os dois mil milhões de euros (EAO 2010a, 2010b).

Igualmente assinalável é a preponderância crescente das co-produções entre diferentes países, nomeadamente europeias e norte-americanas: de acordo com o EAO, em 2009 foram lançadas 332 co-produções maioritariamente europeias e cerca de 100 co-produções resultantes de parcerias com entidades não-europeias (EAO 2010a, 2010b).

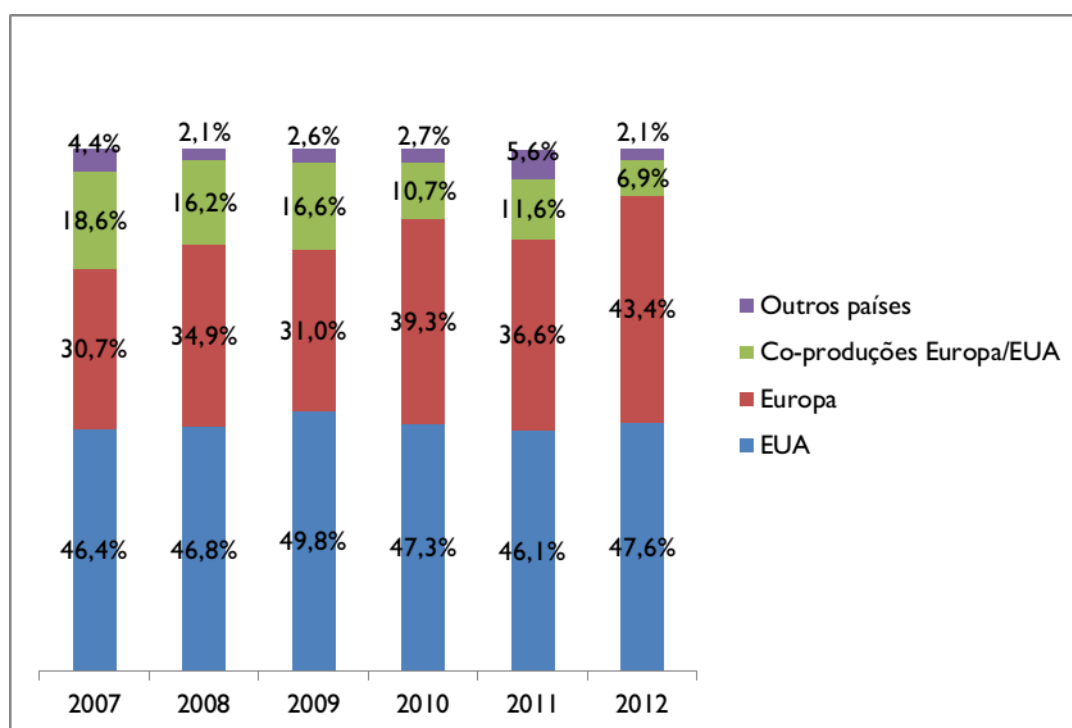
Ao mesmo tempo, as dificuldades de licenciamento num mercado regional bastante fragmentado e composto de 23 idiomas podem explicar o facto de entre os quase 1200 filmes produzidos na UE, cerca de 200 não encontrarem lugar no circuito de distribuição comercial. A tese da inexistência de um mercado pan-europeu de cinema ganha ainda mais consistência se atentarmos que no final do milénio passado somente 20 por cento dos filmes produzidos anualmente na Europa chegavam a obter distribuição comercial fora do principal país de produção, o que representa apenas uma quota de mercado de sete por cento (Pardo e Sánchez-Tabernero 2012, p. 57 citando Fattorossi 2000).

As dificuldades de distribuição atingem mesmo o território nacional de produção na medida em que uma percentagem razoável de filmes permanece por estrear aí durante o primeiro ano após o fim da sua produção: entre 50 a 60 por cento das produções britânicas, 30 por cento dos títulos alemães e italianos e cerca de 25 por cento dos espanhóis e frances (Jäckel 2003, pp. 99-100 e 137-38; Pardo e Sánchez-Tabernero

2012, p. 58). Mesmo assim, os filmes europeus que conseguem chegar ao circuito internacional de distribuição obtêm cerca de 30 por cento das receitas noutros países da UE fora do mercado nacional (EAO 2010a, p. 69).

### Repressão não parece constituir obstáculo ao download não autorizado

**Figura 1. Portugal: Quota de mercado (filmes estreados por origem) (2007-2012)**



Fonte: Instituto do Cinema e do Audiovisual (2013)

Não obstante Portugal ser um mercado pouco significativo tanto em termos de produção como de consumo de cinema no contexto europeu, será em todo o caso instrutivo debruçarmo-nos sobre os números fornecidos anualmente pelo Instituto do Cinema e do Audiovisual (ICA 2012): por exemplo, em 2009 dos 271 filmes estreados nos cinemas nacionais,

- Apenas 84 (31,1%) consistiram em produções europeias. Destas,
  - 37 foram exclusivamente europeias;
  - 22 foram portuguesas;
  - 20 foram co-produções entre países europeus;

- 5 foram co-produções entre países europeus e países de outras regiões do globo.
- 45 (16,6%) foram co-produções entre países europeus e os EUA.
- 135 (49,8% - praticamente metade) foram produções norte-americanas.
- 7 (2,6%) foram produções oriundas de outros países.

Em contrapartida, o total do número de filmes europeus exibidos nesse mesmo ano foi praticamente quatro vezes superior ao de estreias originárias da UE: 347 (ICA 2010). A relação entre o cinema europeu e o cinema de Hollywood é aqui precisamente inversa, uma vez que o primeiro acaba por dominar face ao segundo, representando 48,2% contra 35,1% do total dos filmes exibidos<sup>2</sup>. Ou seja, tudo aponta para um ritmo bastante lento de absorção das produções europeias pelos circuitos comerciais dos diferentes Estados-membro. Isto partindo do pressuposto bastante discutível que estas obras acabam de facto por chegar a todos os 27 mercados nacionais da UE.

Foi pois com base nestes dados sobre o cinema com origem na UE quer relativos ao circuito comercial autorizado, quer ao circuito sem fins comerciais e não autorizado que decidimos realizar no âmbito do projeto de investigação “Utilizadores e Distribuidores: Comunicação em Rede e o Cinema Europeu nas redes P2P”<sup>3</sup> uma análise comparativa do nível de disponibilidade de produções europeias nesses dois circuitos distintos. Para tal, recorremos a uma lista gentilmente fornecida pelo *European Audiovisual Observatory* de 991 dos 1192 filmes com origem na UE produzidos ao longo de 2009 que tiveram estreia em pelo menos um dos Estados-membro em 2009 ou 2010<sup>4 5</sup>. A partir desta lista, constituímos duas amostras: uma composta pelos 25 filmes com o

---

<sup>2</sup> Apesar do anuário estatístico mais recente publicado pelo ICA ser referente ao ano de 2011, optámos aqui por citar dados relativos a 2009 por uma razão de coerência temporal, dado que os dados concedidos pelo EAB dizem respeito ao ano de 2009. Seja como for, em 2011 os números agregados pelo ICA apontam para uma continuação destas duas tendências: menor presença de filmes europeus novos nas salas de cinema face às estreias norte-americanas (104 contra 31, ou seja 36,6% contra 46,1%) mas em compensação uma primazia das produções europeias no total de filmes exibidos face às norte-americanas (430 contra 253, isto é, 54,4% contra 32%).

<sup>3</sup> Projeto PTDC/CCI-COM/115385/2009 financiado pela Fundação para a Ciência e Tecnologia através do Programa PTDC – Projetos de Investigação Científica e Desenvolvimento Tecnológico em Todos os Domínios Científicos.

<sup>4</sup> A diferença de números refere-se ao facto de nessa lista não constarem co-produções em que a participação europeia foi minoritária bem como filmes sem estreia comercial em salas de cinema em qualquer país da UE ao longo de 2009.

<sup>5</sup> Desta lista, constavam os seguintes elementos: título, país de origem, nome do realizador, ano de produção, número cumulativo de espetadores durante 2009 e 2010 em toda a UE, número cumulativo de espetadores em 2009 e 2010 no respetivo mercado nacional, número cumulativo de espetadores fora do mercado nacional e número cumulativo de espetadores em cada mercado nacional europeu.



maior número de espetadores em 2009/2010 e outra por uma seleção aleatória de 100 títulos<sup>6</sup>.

A partir destas duas amostras, tentámos comparar o nível de oferta do cinema europeu no circuito comercial autorizado com o circuito online sem fins comerciais e não autorizado, isto é, aquilo a que normalmente se costuma designar de pirataria. De forma a determinar se um filme chegou a estreiar nas salas de cinema nacionais, recorremos a duas listas das estreias em Portugal cedidas pelo ICA relativas ao ano de 2009 e 2010 respetivamente. Tendo em conta os dados acima mencionados iniciando um processo lento de distribuição de novos filmes europeus por entre os diferentes mercados nacionais, nos casos em que a pesquisa nos dados fornecidos pelo ICA resultou infrutífera complementámos essa pesquisa com a consulta à base de dados do site *Internet Movie Database*<sup>7</sup>.

Pelo lado do circuito não autorizado, recorremos a pesquisas realizadas em três sites de BitTorrent, o protocolo de Internet que continua a ser o mais popular para a partilha não autorizada de ficheiros de obras protegidas por direitos de autor (Sandvine 2012; Envisional 2011)<sup>8</sup>. Os três sites foram os seguintes:

- **The Pirate Bay**<sup>9</sup> (TPB): considerado o site mais visitado de partilha de ficheiros na Internet (Ernesto 2013), sendo no momento em que estas linhas são escritas<sup>10</sup> o 83º site mais popular da *World Wide Web*, de acordo com dados do Alexa<sup>11</sup>. Conta com mais de cinco milhões de ficheiros torrent indexados.
- **Karagarga**<sup>12</sup>: site de carácter privado que, tal como o nome indica e ao contrário do TPB, apenas permite o acesso a quem receba um convite de alguém que já é utilizador. Como se pode ler no seu manifesto (Karagarga 2007), o site pretende “ser mais do que um vulgar site de BitTorrent para filmes. Nós somos

---

<sup>6</sup> Este processo dividiu-se em duas etapas: 1) conversão do ficheiro .xls para .csv; 2) introdução dos seguintes dois comandos numa linha de comandos Linux: "sort -R eab.csv | head -100 > random.100.films.eab.csv".

<sup>7</sup> <http://www.imdb.com>.

<sup>8</sup> Depois de termos realizado algumas pesquisas de filmes no FileTube - <http://www.filestube.com/> -, um motor de busca em vários sites de alojamento de ficheiros (filehosters), concluímos rapidamente que seria impossível encontrar aí boa parte dos títulos que constavam das nossas amostras. Tais dificuldades consistiram em links removidos ou quebrados, tempos de espera para iniciar o download e inclusive – no caso dos ficheiros de maior tamanho – convites para subscrever serviços *premium*.

<sup>9</sup> <http://www.thepiratebay.se>.

<sup>10</sup> Abril de 2013.

<sup>11</sup> <http://www.alexa.com>.

<sup>12</sup> <http://karagarga.net>.

uma comunidade privada e exclusiva de partilha de ficheiros dedicada à criação de uma vasta biblioteca de filmes artísticos, de culto, clássicos, experimentais ou raros originários de qualquer parte do mundo.” Em Abril de 2013 contava com 118 mil ficheiros torrent.

- **BTnext**<sup>13</sup>: site português igualmente de acesso privado (apenas por convite) surgido a partir do encerramento do Btuga, um outro site nacional de BitTorrent encerrado em Julho de 2007 pela ASAE<sup>14</sup>. Em Abril de 2013 era considerado o 156º site mais visitado em Portugal pelo Alexa.

Após esta breve descrição dos três sites que optámos por integrar nesta análise comparativa, passaremos em seguida a apresentar os resultados a que chegámos. Das 25 produções ou co-produções com origem em países europeus durante o ano de 2009 com maior número de espetadores em 2009 e 2010 na UE:

- 17 estrearam em salas de cinema portuguesas.
- 16 encontram-se disponíveis em DVD no circuito nacional.
- 25 (TODAS) encontram-se disponíveis para *download* gratuito no Pirate Bay.
- 11 encontram-se disponíveis para *download* gratuito no Karagarga.
- 17 destes filmes cuja cópia está disponível para *download* gratuito possuem legendas em português que podem ser facilmente encontradas na Internet, sendo que dois apenas dispõem de uma versão em português do Brasil e não português de Portugal.<sup>15</sup>
- 22 possuem títulos em inglês<sup>16</sup>.
- Apenas 3 encontram-se disponíveis para *download* gratuito no BTnext.

Estes resultados levam-nos por um lado a concluir que existe um certo grau de dependência e até mesmo de parasitismo do circuito não autorizado de distribuição online em relação ao tradicional circuito comercial autorizado no que diz respeito à oferta de filmes europeus legendados em português. Por outro, que a estratégia anti-

---

<sup>13</sup> <http://www.btnext.com>.

<sup>14</sup> Autoridade de Segurança Alimentar e Económica.

<sup>15</sup> Dois dos maiores sites de legendas de filmes disponíveis para download são o OpenSubtitles - <http://www.opensubtitles.org> - e o Subscene - <http://subscene.com>. Ambos contam com legendas nos mais diversos idiomas do mundo.

<sup>16</sup> Apesar de não termos pesquisado diretamente por legendas em inglês destes filmes, a existência de títulos em inglês segundo o indicado pelo IMDB leva-nos a acreditar que seja relativamente fácil encontrar legendas ou mesmo versões previamente legendadas dos mesmos na língua inglesa.

pirataria adotada pelas autoridades europeias e nacionais acaba também por fracassar pelo lado do combate à própria disponibilização das obras. Dito de outro modo: não é que os filmes não possam ser descarregados e partilhados por quem os desejar ver sem pagar nada. Na maior parte dos casos, basta dominar o inglês e ter alguma familiaridade com a tecnologia para os encontrar. A questão crucial parece pois residir na falta de interesse.

De qualquer forma, poderia em todo o caso argumentar-se que, na medida em que abrangem apenas os filmes mais populares – inseridos numa lógica maioritariamente comercial vocacionada para o mercado, bastante semelhante à seguida pelos grandes estúdios de Hollywood - estes resultados não são representativos do grosso da produção cinematográfica europeia – ainda muito marcada por um certo olhar artístico e por uma elevada influência do cineasta na obra final (Elsaesser 2005; Kerrigan 2010; Jäckel 2003; Wood 2007) -, sendo de esperar níveis diferentes de disponibilidade quando está em causa uma seleção aleatória e numericamente mais expressiva da “colheita” de um determinado ano. Assim, dos 100 filmes selecionados aleatoriamente da lista de produções ou co-produções europeias estreadas em 2009:

- Apenas oito estrearam em cinemas portugueses.
- 11 encontram-se disponíveis em DVD no território nacional.
- 46 (praticamente metade) encontram-se disponíveis para download gratuito em diversos idiomas e versões no Pirate Bay.
- 27 encontram-se disponíveis para *download* gratuito no Karagarga.
- 21 destes filmes disponíveis para *download* gratuito possuem legendas em português que podem ser facilmente encontradas na Internet. Destas legendas, 14 encontram-se em português do Brasil e apenas sete em português de Portugal.
- 72 possuem legendas em inglês<sup>17 18</sup>.

O número de filmes disponíveis para *download* grátis via BitTorrent podia ainda ser mais elevado caso os utilizadores que descarregaram o filme continuassem a disponibilizá-lo a partir do seu computador depois de receberem o ficheiro completo. Este foi o caso de vários filmes indexados pelo Karagarga.

---

<sup>17</sup> Vide nota 16.

<sup>18</sup> Devido ao reduzido número de filmes encontrados no BTnext no decurso da análise precedente, optámos por deixar de lado este site nesta segunda análise.

Mais uma vez e para além do importante papel do Pirate Bay enquanto arquivo de uma boa parte da produção audiovisual mais recente da UE<sup>19</sup>, se constata a impotência das políticas de combate à pirataria digital em travar a disponibilização de obras protegidas por direitos de autor. Para além do número de obras lançadas oficialmente no mercado português ser cerca de metade das que podem ser descarregadas e visualizadas com legendas em português<sup>20</sup> sem pagar nos sites de partilha, o próprio facto do utilizador dominar a língua inglesa é muitas vezes por si só suficiente para poder aceder a quase metade da produção anual europeia sem se restringir ao que as distribuidoras nacionais – que beneficiam de relações privilegiadas ou são mesmo diretamente controladas pelos grandes estúdios de Hollywood<sup>21</sup> – colocam no mercado nacional.

### **Utilizadores portugueses de Internet, partilha de ficheiros e cinema europeu: resultados de um inquérito online**

Perante a exígua presença das produções exclusivamente europeias no Top 100 dos filmes mais descarregados via BitTorrent (Karaganis 2011), seríamos levados a concluir que mesmo apesar do seu elevado nível de disponibilidade nos sites de partilha de ficheiros, os filmes com origem na UE acabam por não captar a atenção dos próprios europeus. Tal conclusão poderá ser no entanto algo precipitada. De facto, a lista produzida pelo *TorrentFreak* e citada por Karaganis refere-se aos filmes mais procurados pelos partilhadores a nível mundial sem distinguir entre regiões geográficas do globo. Afinal, pode muito bem acontecer que a popularidade do cinema europeu entre os utilizadores residentes em Estados-membro da UE seja mais elevada do que entre os asiáticos ou norte-americanos, zonas do globo onde a Internet possui igualmente um grande número de utilizadores<sup>22</sup>.

---

<sup>19</sup> O que por si só não deixa de ser curioso, uma vez que se trata de um site que tem sido perseguido em diversos países do continente europeu e cujos seus fundadores foram condenados ao pagamento de uma multa no valor de vários milhões de euros, sujeitando-se a penas de prisão.

<sup>20</sup> Em grande parte devido à preciosa ajuda do trabalho amador e não-remunerado de tradução levado a cabo por utilizadores brasileiros.

<sup>21</sup> Em 2009, cerca de 70 por cento dos filmes estreados em Portugal (191 em 271) foram distribuídos pela Zon Lusomundo Audiovisuais (135 filmes – 49,8%), Columbia Tristar Warner (26 filmes – 9,6%) e Pris Video (30 filmes ou 11,1%). Os dados constam do Anuário Estatístico 2011 do ICA (ICA 2011).

<sup>22</sup> De acordo com uma estimativa da União Internacional de Telecomunicações (UIT), em 2013 o número de indivíduos que utilizam a Internet deverá ser de 1,3 mil milhões na Ásia, 582 milhões no continente americano e 467 milhões na Europa.

Com efeito, a possibilidade de discriminar os hábitos de consumo de utilizadores de sites de BitTorrent de acordo com a região onde estes se inserem é uma tarefa que se afigura bastante difícil não só em termos técnicos mas também de respeito pelo direito à sua privacidade. Para tal, seria necessário registar o endereço IP de cada utilizador individual que descarregasse um filme com recurso a um site como o Pirate Bay<sup>23</sup>.

Como tal possibilidade se afigurava remota face à ausência dos recursos financeiros e humanos necessários, decidimos examinar a questão a partir de um outro ângulo porventura mais vulnerável a falhas mas potencialmente tão ou mais instrutivo: solicitando aos próprios utilizadores de P2P que respondessem a um conjunto de questões integradas num inquérito *online*. O principal objetivo consistiu em estabelecer uma caracterização dos hábitos de consumo de cinema dos utilizadores portugueses de Internet de acordo com a proveniência geográfica dos filmes. Pretendeu-se deste modo averiguar a popularidade das diversas formas de ver cinema que “competem” entre si pela atenção e preferência do consumidor do século XXI, habituado a conviver com uma parafernália de suportes que vão desde o smartphone ao ecrã da sala de cinema, passando pela televisão da sala – com a mediação do leitor de DVD ou *set top box* -, monitor de um computador *desktop*, *laptop* ou *tablet*.

Por fim e tendo em conta a escassez de pesquisa académica sobre esta temática, o questionário teve também o intuito de obter um retrato demográfico e sociológico o mais fiel possível dos partilhadores portugueses que permitisse saber mais sobre os seus usos da Internet e práticas de consumo – tanto *online* como *offline*, autorizadas ou não autorizadas à luz do Código de Direito de Autor e Direitos Conexos (CDADC) - de conteúdos de entretenimento como música, vídeo (incluindo aqui cinema mas também televisão, vídeos domésticos feitos por outros utilizadores, *videoclips* musicais, desporto, etc.), jornais, livros, revistas, videojogos e *software* informático.

Se é certo que a pirataria digital no sentido de cópia ou acesso não autorizado a obras protegidas por direitos de autor continua a ser um tema considerado polémico e até mesmo digno de reprovação por muitos sectores da opinião pública portuguesa<sup>24</sup>, a

---

<sup>23</sup> Isto partindo do princípio bastante discutível que é possível: 1) identificar a subscrição de Internet associada a esse endereço junto do fornecedor de acesso; 2) a ligação foi de facto utilizada pelo subscritor e não por um intruso ou um vizinho (ver Piatek, Kohn, & Krishnamurthy 2008).

<sup>24</sup> Talvez por se considerar de forma pouco fundamentada que o *download* de obras protegidas por direitos de autor corresponde a uma infração ao direito de autor nos termos do CDADC. Veja-se o recente

natureza anónima e confidencial das respostas dadas a um questionário *online* fazem com que o inquirido tenda a não dar tanta importância a considerações de desejabilidade social que no caso de inquéritos presenciais fazem com que nos sintamos mais inclinados a dar a resposta que pareça mais respeitável aos olhos da sociedade em vez daquela que corresponde à verdade (de Vaus 2002, p. 62, 107, 127 e 130; Bryman 2012, p. 233-234).

O inquérito *online* baseou-se numa amostra de auto-seleção, composta por utilizadores voluntários que responderam aos sucessivos apelos à participação lançados pelos investigadores em várias redes sociais (Facebook, Twitter, Google+ e FriendFeed)<sup>25</sup>. Do total de 417 inquéritos iniciados, 242 foram completados na sua totalidade e 175 ficaram incompletos, o que corresponde a uma taxa de resposta de 58%. Uma vez que os resultados completos desse questionário foram já alvo de análise noutro texto (Caetano 2013), iremos em seguida apenas realçar os dados relativos ao perfil demográfico e ao consumo de vídeo dos inquiridos, nomeadamente de cinema. Começando pela caracterização demográfica da amostra:

- Dos 242 inquiridos que preencheram o inquérito até ao fim, 143 (59,1%) pertencem ao sexo masculino e 99 (40,9%) ao sexo feminino.
- Enquanto que a idade mínima registada foi de 16 anos, a idade máxima foi de 69 anos, tendo a média de idades dos inquiridos sido de 32,33 anos. As faixas etárias mais representadas foram as de entre os 25 e os 34 anos (103 indivíduos correspondendo a 44,2% da amostra) e as de entre os 35 e os 45 anos (61 indivíduos, isto é, 25,2% da amostra).
- Em termos de qualificações, como seria expectável<sup>26</sup>, a amostra em causa apresentou um nível de escolaridade superior ao da média nacional<sup>27</sup>, com 105 indivíduos (43,4%) declarando possuírem habilitações ao nível de um curso

---

despacho emitido pelo Ministério Público onde é considerado “lícito descarregar cópias de filmes e música em redes de Partilha de Ficheiros (P2P) em Portugal” (Séneca 2012).

<sup>25</sup> Embora seja forçoso reconhecer que, por razões de ordem logística, a amostra deste inquérito não é representativa do conjunto dos utilizadores portugueses da Internet ou mesmo da população portuguesa em geral, consideramos mesmo assim que os resultados deste inquérito poderão ser bastante úteis no prosseguimento futuro de uma eventual linha de investigação assente em bases científicas mais sólidas cujos dados poderão ser eventualmente extrapolados para o conjunto da população. Como tal, esta pesquisa enquadra-se sobretudo numa análise exploratória da nova realidade da circulação de conteúdos em formato digital e na Internet.

<sup>26</sup> Tendo em conta as competências a nível de literacia que a utilização da Internet e, em particular, das redes sociais, exigem por parte do utilizador.

<sup>27</sup> De acordo com dados da OCDE, em 2010 68% dos portugueses entre os 25 e os 64 anos de idade nem sequer tinha o ensino secundário completo (OCDE 2012).

superior ou pós-graduação, seguindo-se-lhes 48 indivíduos que declararam possuir um mestrado (19,8%).

- No que diz respeito à frequência de utilização, apenas 9 dos 242 inquiridos (3,7%) afirmaram usar somente uma vez por dia a Internet contra 233 indivíduos (96.3%) que admitiram fazê-lo várias vezes ao dia<sup>28</sup>.
- A maior parte dos inquiridos ter uma experiência de utilização da Internet superior a dez anos: 204 indivíduos ou 84,3% do total da amostra.
- Quando interrogados a respeito da sua condição perante o trabalho, grande parte dos inquiridos (134 ou 55,4%) indicou ser trabalhador. Bastante atrás seguiu-se-lhe o grupo dos estudantes (40 inquiridos, isto é, 16,4%) e dos trabalhadores-estudantes (24 inquiridos ou 9,9% do total da amostra).

Em relação às questões mais diretamente relacionadas com o tema do nosso projeto, isto é, o consumo de vídeo, são de salientar os seguintes resultados:

- **Quase metade dos inquiridos (48,8% - 118 indivíduos) afirmou ver vídeos online várias vezes ao dia**, tendo esta sido a segunda atividade online mais frequente, ficando apenas atrás da consulta várias vezes ao dia de sites de notícias (66,9% - 162 indivíduos). A visualização de vídeos superou mesmo a audição de música online (38,8% - 94 indivíduos).
- **O acesso online via streaming parece superar largamente a cópia via download no que diz respeito ao método preferido de visualizar vídeos através da Internet:** 38,4% de inquiridos (93) afirmaram fazer streaming de vídeos várias vezes ao dia contra apenas 13,2% (32) que admitiram fazer download dos mesmos. Esta preferência pelo *streaming* é extensível à música – o tipo de conteúdo estudado mais popular entre os inquiridos -, onde apenas 13,6% (33 indivíduos) declararam copiar várias vezes ao dia ficheiros áudio para o seu computador contra 45,9% (111 indivíduos) que disseram aceder a música online via *streaming*. Estes dados indicam que em termos de popularidade, os conteúdos vídeo – onde o cinema se insere – tendem a ser dos mais populares, ficando apenas atrás da música. A escolha pelo *streaming* em lugar do *download* deve ser compreendida dentro de um contexto de crescimento de vários sites

---

<sup>28</sup> Este domínio dos utilizadores intensivos – os chamados “*heavy users*” - contrasta com as estatísticas do relatório Sociedade em Rede 2011 segundo o qual apenas 49,1% dos portugueses se afirmam utilizadores da Internet (Obercom 2012).

comerciais de acesso gratuito dedicados à partilha de vídeos e música que seguem uma política de cooperação com os detentores de direito através da remoção de conteúdos não autorizados. Neste sentido, é inevitável salientar o YouTube<sup>29</sup> mas existem outras plataformas igualmente importantes que convém salientar: Dailymotion<sup>30</sup> e Vimeo<sup>31</sup> no caso do vídeo são os exemplos mais notórios. SoundCloud<sup>32</sup>, Grooveshark<sup>33</sup> e Bandcamp<sup>34</sup> podem ser vistos como os equivalentes para o campo da música<sup>35</sup>.

- **Os motores de busca genéricos são o meio mais utilizado para descarregar e aceder a conteúdos online grátis. Dois em cada três inquiridos da amostra (66,9%, ou seja, 162 indivíduos) costumam recorrer várias vezes ao dia a este tipo de sites para este efeito.** Ao contrário do que as inúmeras ações cometidas por todo o globo contra proprietários de sites de BitTorrent dariam a entender, este protocolo P2P surge apenas em sexto lugar na lista das tecnologias mais usadas várias vezes ao dia para fazer *download* ou *streaming* de conteúdos: apenas 30 inquiridos (12,4%) escolheram essa opção de resposta.
- **A dimensão das bibliotecas de ficheiros de vídeo<sup>36</sup> é significativamente inferior às de ficheiros de música:** 30,6% (74 inquiridos) dos inquiridos afirmou possuir apenas entre 1 a 50 vídeos e quase metade (47,1% - 114 indivíduos) tem menos de 101 ficheiros em todos os seus dispositivos de armazenamento de dados. Em contrapartida, mais de metade (59,6% - 93 indivíduos) declarou possuir pelo menos mais de 1001 ficheiros de música, tendo mesmo a opção “mais de 10.000” sido a mais popular, com 26,5% (64 indivíduos)<sup>37</sup>.

---

<sup>29</sup> <http://www.youtube.com>.

<sup>30</sup> <http://www.dailymotion.com>.

<sup>31</sup> <http://vimeo.com>.

<sup>32</sup> <http://soundcloud.com>.

<sup>33</sup> <http://grooveshark.com>.

<sup>34</sup> <http://bandcamp.com>.

<sup>35</sup> De certo modo, pode-se dizer que estes sites da chamada Web 2.0, ao estabelecerem muitas vezes parcerias e acordos de licenciamento com companhias discográficas e produtoras de vídeo, vieram substituir um pouco a lógica da posse dos conteúdos através da cópia direta para o computador introduzida por aplicações P2P como o Napster, por uma lógica de acesso em que os conteúdos passam a estar alojados nos servidores centrais das empresas responsáveis pelos serviços. Um exemplo de um serviço que pode ser visto como uma tentativa da indústria discográfica convencer os utilizadores de redes P2P a trocarem a posse pelo acesso é o serviço Google Music – <http://music.google.com> - que permite transferir até 20 mil músicas para a “nuvem” de servidores da Google de modo a aceder à nossa coleção de música em todo o lado e a partir de uma diversificada gama de dispositivos.

<sup>36</sup> Séries da TV longas-metragens, documentários, *videoclips*, concertos ao vivo, etc.

<sup>37</sup> Por aqui podemos depreender duas coisas: primeiro que apesar do *streaming* ser uma forma de acesso muito mais popular que o *download* tanto no que diz respeito à música como aos vídeos, na prática os



- **Em média, 57,3% dos ficheiros de vídeo na posse dos indivíduos que disseram guardar tal tipo de ficheiros<sup>38</sup> foram originalmente descarregados online de modo gratuito sem autorização dos detentores de direitos.** Um dado bastante revelador da quase inexistência de serviços comerciais de venda de vídeos em formato digital no mercado português é o facto de apenas uma média de dois por cento dos ficheiros de vídeo na posse dos inquiridos terem supostamente sido adquiridos numa loja *online* autorizada.
- **Quando interrogados a respeito das despesas com bens e serviços de entretenimento, os inquiridos disseram gastar uma média de 8,51 euros na compra de bilhetes para o cinema.** Este montante apenas foi superado pelo despendido na compra de livros em papel (16,98€) e bilhetes para concertos ao vivo (11,06€). Igualmente relevantes foram os gastos mensais com a compra de DVD's (3,89€).

Um último conjunto de questões incluídas no inquérito online versou sobre a frequência do consumo<sup>39</sup> de diferentes modos de acesso a vários tipos de cinema consoante a sua proveniência geográfica: cinema europeu<sup>40</sup>, cinema de Hollywood, cinema português e cinema de outros países do mundo<sup>41</sup>. Os modos de acesso considerados foram os seguintes:

- Salas de cinema.
- Canal generalista de televisão.
- Canal especializado de televisão<sup>42</sup>.
- Serviço de aluguer via VOD<sup>43</sup>.

---

inquiridos tendem a combinar mais os dois tipos de acesso quando o conteúdo em causa é a música e não tanto no caso de se tratar de uma série de televisão ou um filme; segundo que o tamanho maior de um ficheiro de vídeo (que tende a ser em média cerca de 100 a 150 vezes maior que um ficheiro de música num formato comum como o MP3) constitui ainda um importante constrangimento ao *download* de filmes – isto não obstante o aumento da velocidade média das ligações à Internet oferecidas pelos fornecedores bem como da capacidade de armazenamento de dados dos próprios discos rígidos.

<sup>38</sup> Isto é, 91,1% do total da amostra, ou seja, 220 indivíduos.

<sup>39</sup> “Duas ou três vezes por semana”, “semanalmente”, “quinzenalmente”, “mensalmente”, “menos frequentemente” e “nunca”.

<sup>40</sup> Excluindo Portugal.

<sup>41</sup> Incluem-se aqui cinematografias de outros países como Brasil, Índia, Japão, China, Irão, Argentina, México, etc.

<sup>42</sup> Apenas os inquiridos que numa pergunta prévia afirmaram subscrever um serviço pago de televisão tiveram acesso à questão relativa a esse meio de acesso. Daí que o número de respostas a esta questão nunca poderia ter ultrapassado as 182 em todos os tipos de cinema regional. Na realidade e uma vez que este grupo de questões sobre cinema foi de resposta opcional, a soma acabou por ser inferior.

- Compra de DVD's.
- Aluguer de DVD's.
- *Download/streaming* via Internet<sup>44</sup>.

Devido à relativa extensão do questionário – 43 questões com múltiplas opções de resposta – e ao carácter pioneiro desta pesquisa, as respostas a este grupo de perguntas foram opcionais<sup>45</sup>. As principais conclusões que vale a pena retirar são as seguintes:

- **O cinema com origem em Hollywood é o líder em todos os modos de acesso estudados, recolhendo a preferência da maioria dos inquiridos.** Com efeito, apenas 21 inquiridos ou 8,7% do total da amostra afirmou nunca ir ao cinema ver filmes norte-americanos<sup>46</sup> contra 221 (91,3%) que declararam fazê-lo. O *download/streaming* via Internet revelou aqui ser uma forma igualmente popular de ver produções com origem nos EUA. Aliás, o número de inquiridos que disseram nunca recorrer a este meio foi também de apenas 21 (8,7%)<sup>47</sup>. Mais importante do que isso, o recurso a este tipo de acesso é mais frequente entre os inquiridos do que as idas ao cinema no que diz respeito ao contacto com cinema norte-americano: 27 dos inquiridos (isto é, 11,2%), afirmaram fazer *download/streaming* de filmes norte-americanos pelo menos duas a três vezes por semana contra apenas 2 (0,8%) que declaram ir ao cinema ver o mesmo tipo de filmes com a mesma frequência.
- **Apesar do cinema europeu ocupar uma posição secundária em relação ao cinema de Hollywood em todos os meios de visualização tidos em conta neste inquérito, mesmo assim não deixa de vir sempre logo atrás das**

---

<sup>43</sup> *Video on Demand*, isto é, serviço de aluguer de vídeos em formato digital normalmente prestado por operadores de telecomunicações.

<sup>44</sup> Esta pergunta apenas surgiu aos inquiridos que em questões anteriores indicaram já ter alguma vez descarregado ou acedido via *streaming* a vídeos *online*. As respostas a esta questão nunca poderiam por isso ter ido além das 203. Em virtude da natureza opcional destas questões, o número final acabou na prática por ser inferior.

<sup>45</sup> Desta forma, a opção “sem resposta” resulta da soma do número de inquiridos a quem não foi colocada essa questão devido a uma opção de resposta a uma pergunta anterior com o dos que optaram voluntariamente por saltar essa questão.

<sup>46</sup> Há que ter no entanto em consideração que se englobássemos os inquiridos que decidiram não responder a esta questão (11 ou 4,5%), o total de indivíduos que não assistem a filmes norte-americanos no grande ecrã subiria para 32 (13,2%).

<sup>47</sup> Esta percentagem é no entanto um tanto ou quanto enganosa, uma vez que se somarmos os 18,2% que não responderam a esta questão (44 indivíduos), o total de elementos da amostra que não recorrem à Internet para aceder a esses filmes aumenta para os 65 (26,9%). Segundo este cálculo assente em premissas mais realistas, o número de inquiridos que não recorrem ao *download/streaming* online para ver produções com origem em Hollywood corresponde ao dobro daqueles que não costumam ver cinema norte-americano no grande ecrã.

**produções com origem no outro lado do oceano atlântico.** Tal como no caso do cinema de Hollywood, o *download/streaming* via Internet é a segunda forma mais popular de ver produções europeias. 17,4% dos inquiridos (42) afirmaram nunca assistir a filmes deste tipo no grande ecrã contra 12% (29) que disseram não descarregar ou aceder a estes através da Internet. Ainda que numa primeira leitura se possa ver aqui uma vantagem do meio online, quando o número de respostas “nunca” é somado ao de casos sem resposta, esta vantagem desvanecese: 56 pessoas (23,2%) que não entram em contacto com produções europeias nas salas do cinema contra 74 (30,6%) que não utilizam a Internet para aceder a filmes provenientes da Europa. Contudo e tal como no caso do cinema de Hollywood, o acesso via *online* ocorre aqui com bastante mais frequência do que as idas ao cinema.

- **A importância dos filmes portugueses e dos filmes de outros países nos hábitos de consumo de cinema dos inquiridos é quase negligível quando comparamos com as produções norte-americanas ou mesmo europeias.**
- **A sala de cinema continua a ser o meio de acesso mais utilizado para ver cinema, tendo em todos os tipos de cinema regional analisados mais de metade dos inquiridos admitido ter como hábito ver esses filmes no grande ecrã.**
- **Apesar de não tão popular, o *download* ou *streaming online* é, juntamente com os canais de televisão de acesso aberto, o meio de acesso a filmes que mais se aproxima da sala de cinema: em média mais de dois terços dos inquiridos disseram já ter recorrido à Internet para ver filmes europeus ou de Hollywood.**
- **A compra mas sobretudo o aluguer de DVD's aparentam ser práticas residuais e em desuso junto dos inquiridos.** Não obstante a inexistência de dados nesse sentido, tudo indica que os elementos da amostra utilizem quer o acesso via Internet, quer os canais de televisão especializados em cinema como meios de substituição do suporte DVD.
- **O aluguer via VOD permanece uma prática residual junto dos inquiridos<sup>48</sup>.**

---

<sup>48</sup> Embora nos últimos anos tenha vindo a ser promovido como uma alternativa “legal”, autorizada e mais cómoda à distribuição digital não autorizada que se processa através de redes e sites de partilha de ficheiros.

Perante estes dados, é forçoso reconhecer que as hipóteses com que partimos para esta investigação apenas parcialmente se confirmaram. Com efeito, na medida em que o P2P e a Internet em geral contribuem em muito para aumentar o nível de disponibilidade – a oferta - de cinema de europeu, este pode ser considerado um excelente estudo de caso de como com a comunicação em rede característica das sociedades da informação do início do século XXI<sup>49</sup> o utilizador assume um papel mais relevante porque ativo ao contribuir para a própria circulação de obras culturais. No caso do cinema europeu, o utilizador que faz o *upload*, isto é, disponibiliza originalmente o filme na Internet através de um site de BitTorrent como o Pirate Bay, adquire efetivamente a função de nó da rede de distribuição (Limonard & Esmeijer 2007) em paralelo com o circuito tradicional com fins comerciais (Benkler 2006). Apesar ou mesmo devido ao facto de não ter como objetivo o lucro material, o utilizador acaba por desempenhar de uma forma mais eficaz do que os próprios distribuidores licenciados a atividade de distribuição de filmes<sup>50</sup>. A capacidade de encontrar nas redes P2P uma “cauda longa” (Anderson 2006) das mais variadas cinematografias nacionais, temáticas e de nicho abre caminho a uma tão aguardada mas sempre adiada desintermediação entre o utilizador e o produtor em direção a um modelo de distribuição direta junto do consumidor. O gradual desaparecimento do comércio de aluguer de DVD's pode ser aqui entendido como um primeiro sinal dessa desintermediação<sup>51</sup>.

Mas se a hipótese do utilizador enquanto distribuidor foi validada pelos resultados da nossa pesquisa, é preciso não rasurar o reverso da medalha e esquivar-nos aos inúmeros desafios bem mais graves - porque estruturais - que se colocam ao pleno aproveitamento das potencialidades da distribuição digital via P2P pela indústria cinematográfica europeia. Os números relativos à popularidade do cinema europeu junto dos inquiridos que integraram a amostra do nosso inquérito online parecem mostrar que não basta colocar em circulação na Internet as centenas de novas produções que todos os anos vão

---

<sup>49</sup> Em oposição à Comunicação de Massas dominante durante boa parte do século XX que assentava num processo centralizado de um-para-muitos assente numa minoria de emissores – estações de televisão/rádio e jornais -, a comunicação em rede distingue-se por ser um modelo comunicacional que combina a comunicação interpessoal com a comunicação de massas, interligando audiências, emissores e produtores de conteúdos sob o signo da convergência entre suportes e tecnologias (Cardoso 2008).

<sup>50</sup> Isto sem explorar aqui outras funções adicionais adquiridas pelo utilizador com a passagem para o modelo da comunicação em rede como sejam a de produtor (ao remisturar conteúdos originalmente criados por outros) ou de criador de legendas.

<sup>51</sup> Em todo o caso, os dados do inquérito *online* apontam para que pelo menos por agora seja bastante prematuro e até irrealista falar do fim do papel de outros intermediários como as cadeias de salas de cinema e as estações de televisão no acesso ao cinema.

sendo lançadas na União Europeia para que subitamente o interesse e a atenção dedicada pelos internautas a esse tipo de cinema regional aumente de modo espetacular quando comparado com o seu mais direto “rival.” Obstáculos tradicionais à promoção e divulgação do cinema europeu permanecem por resolver. Aliado à barreira da fragmentação linguística reinante entre os 27 Estados-membro da União Europeia soma-se os fracos montantes investidos em campanhas de marketing em contraste com os valores astronómicos dedicados à promoção envolvidos em cada filme produzido do outro lado do Atlântico, bem como outras debilidades persistentes da indústria cinematográfica (De Vinck e Lindmark 2012; Elsaesser 2005; Kerrigan 2010; Jäckel 2003; Wood 2007).

Mormente esta nota pessimista, não deixa de ser digno de menção o facto da brecha existente entre cinema europeu e cinema norte-americano no circuito tradicional de distribuição comercial ser menos saliente no caso concreto da nossa amostra. Por exemplo, apesar dos filmes europeus terem constituído 36,6% de todas as estreias nas salas de cinema nacionais durante o ano de 2011 contra os 46,1% das produções norte-americanas e 54,4% de todos os filmes exibidos contra 32% dos filmes provenientes de Hollywood<sup>52</sup>, o cinema com origem na UE apenas foi capaz de recolher 15,7% das receitas contra os 78,6% captados pelo cinema de Hollywood e atrair 15,8% do número total de espetadores contra 78,1% cativados pelo cinema de Hollywood. E contudo, as respostas dos inquiridos que participaram no questionário online deste projeto traçam mesmo assim um cenário mais matizado, como tivémos ocasião de mostrar com mais pormenor noutro lado (Caetano 2013).

## **Conclusão**

Não obstante os resultados obtidos a partir do questionário online realizado por nós não serem representativos do conjunto da população portuguesa ou mesmo sequer dos internautas portugueses, pensamos que os dados recolhidos podem abrir caminho não só para pesquisas quantitativas baseadas em amostras proporcionais mas também para investigação qualitativa que através de entrevistas online, proporcione um olhar mais aprofundado sobre os hábitos de consumo, as motivações e as justificações dos partilhadores.

---

<sup>52</sup> Não incluindo aqui as co-produções entre União Europeia e EUA.

Se os dados apresentados confirmam a existência de uma “cauda longa” do cinema europeu nas redes P2P a nível da oferta, os números relativos à popularidade do cinema europeu junto dos inquiridos que integraram a amostra do nosso inquérito online parecem mostrar que não basta colocar em circulação na Internet as centenas de novas produções que todos os anos vão sendo lançadas na União Europeia para que subitamente o interesse e a atenção dedicada pelos internautas a esse tipo de cinema regional aumente de modo espetacular quando comparado com o seu mais direto “rival.” Obstáculos tradicionais à promoção e divulgação do cinema europeu permanecem por resolver, entre eles a barreira da fragmentação linguística reinante entre os 27 Estados-membro da União Europeia, a inexistência de ferramentas de agregação, busca e recomendação de conteúdos, as disparidades dos orçamentos de marketing dos filmes europeus e norte-americanos, as dificuldades de licenciamento pan-europeu, etc.

Daí que se torne importante questionar se faz sentido para a cultura audiovisual europeia continuar a defender um modelo fortemente marcado por uma subordinação face ao Hollywood assente por um lado na imitação da fórmula dos *blockbusters* de orçamentos elevadíssimos financiados exclusivamente por fontes privados e por outro no combate à partilha de ficheiros sem fins comerciais.

De forma a romper para além dos constrangimentos inerentes a essa lógica *hollywoodesca*, Joe Karaganis (2011) apresenta um conjunto de recomendações à Comissão Europeia de forma a tornar o sector audiovisual europeu mais competitivo que pensamos serem bastante valiosas:

- Promoção de práticas de licenciamento coletivo junto do setor do audiovisual através de um programa voluntário de concessão de fundos às companhias de produção que estejam dispostas a transferir a gestão dos seus direitos sobre os filmes para uma organização de gestão coletiva de âmbito europeu. Estes fundos seriam atribuídos sob a condição da produtora divulgar os custos de produção da obra.
- Atribuição de fundos públicos apenas a obras cujo licenciamento, em moldes semelhantes às licenças Creative Commons, permita a sua utilização para

fins comerciais após um período inicial de exploração comercial. Provisoriamente, este período terminaria após cinco anos passados o lançamento comercial, sem afetar assim as principais “janelas de estreias” do circuito comercial de distribuição. As licenças permitiriam deste modo a circulação das obras a custo zero sem que para tal fosse necessário obter autorização junto dos detentores de direitos. Ao mesmo tempo, seria igualmente concedida à produtora a possibilidade de isentar-se desta obrigação mediante o pagamento de um determinado montante ao organismo responsável por administrar os fundos públicos para a área do audiovisual.

Paralelamente a estas medidas, Karaganis sugere ainda que os esforços quer da União Europeia quer dos diferentes estados-membros contra a partilha de ficheiros sem fins comerciais sejam significativamente redimensionados uma vez que não existem quaisquer estimativas realistas dos seus eventuais benefícios que sejam capazes de contrabalançar os custos económicos e políticos associados a esta política repressiva. Tal como Karaganis, concordamos que, encaradas como um todo, estas medidas contêm em si o potencial para:

- Aumentar significativamente o nível de disponibilidade dos filmes europeus nos mercados internacionais.
- Mitigar o pânico moral suscitado em torno da pirataria.
- Criar uma vantagem comparativa sobre Hollywood no que diz respeito aos custos de transação e licenciamento.
- Oferecer uma opção alternativa ao financiamento público de *blockbusters* sem com isto comprometer os filmes dirigidos a nichos de mercado e produções mais arriscadas em termos estéticos.
- Atribuir contornos mais nítidos à missão de financiamento público de obras criativas na era digital, devendo esta não apenas procurar maximizar a produção de cultura mas também a capacidade de aceder a e desfrutar de obras culturais.

Embora a Comissão Europeia tenha demonstrado até agora um admirável empenho na prossecução de uma política de licenciamento multi-territorial de conteúdos online, os

avanços registados até ao momento parecem demonstrar que existe uma longa distância a separar os anúncios oficiais da implementação efetiva de medidas aplicáveis a todo o continente europeu. Em todo o caso, importa salientar que a ideia de um mercado comum europeu para os serviços audiovisuais continua a ser vista como uma ameaça aos olhos de boa parte dos agentes do sector, incluindo os próprios profissionais da indústria cinematográfica. “Foi devido a tais controvérsias que os serviços audiovisuais foram deixados de parte da Diretiva Bolkenstein que tinha como fim a criação de um mercado único de serviços” (De Vinck e Lindmark 2012, p. 128).

Em todo o caso, como Karaganis alerta (2011), se não forem tomadas medidas no sentido de uma distribuição mais alargada e transfronteiriça dos conteúdos europeus, o sector audiovisual europeu arrisca-se a permanecer um negócio marginal e de âmbito maioritariamente nacional. Perante este cenário, será fácil de prever que a política “europeia” para o setor do audiovisual tenderá a acentuar o seu carácter de competição interna entre os estados-membros em torno do dinheiro concedido pelos estúdios de Hollywood por intermédio de co-produções – montante esse que nunca será mais que uma pequena percentagem das receitas obtidas a nível mundial pelas *majors*.



## Bibliografia

- Andersen, Birgitte e Marion Frenz (2008) *The impact of music downloads and p2p file-sharing on the purchase of music: A study for industry Canada*. Industry Canada, Intellectual Property Policy. [http://www.ic.gc.ca/eic/site/ippd-dppi.nsf/vwapj/IndustryCanadaPaperMay4\\_2007\\_en.pdf/\\$FILE/IndustryCanadaPaperMay4\\_2007\\_en.pdf](http://www.ic.gc.ca/eic/site/ippd-dppi.nsf/vwapj/IndustryCanadaPaperMay4_2007_en.pdf/$FILE/IndustryCanadaPaperMay4_2007_en.pdf).
- Anderson, Chris (2006) *The Long Tail: Why the Future of Business is Selling Less of More*. Nova Iorque: Hyperion.
- Atkinson, Benedict e Brian Fitzgerald (2014) *A Short History of Copyright: The Genie of Information*. Berlim: Springer.
- Balázs, Bodó (2011) “Coda: A Short History of Book Piracy” in Karaganis, Joe (Ed.), *Media Piracy in Emerging Economies*. New York: Social Science Research Council.
- Benkler, Yochai (2006) *The Wealth of Networks: How Social Production Transforms Markets and Freedom*. New Haven, CT: Yale University Press.
- Bryman, Alan (2012) *Social Research Methods - 4th Ed.* Oxford: Oxford University Press.
- Caetano, Miguel (2013) *Relatório do Projecto “Utilizadores e Distribuidores: Comunicação em Rede e o Cinema Europeu nas redes P2P”*. Lisboa: CIES-IUL.
- Cammaerts, Bart e Bingchun Meng (2011) *Creative Destruction and Copyright Protection*. LSE MPP Policy Brief 1. London School of Economics and Political Science, Department of Media and Communications. <http://eprints.lse.ac.uk/33905/>.
- Cammaerts, Bart; Mansell, Robin e Meng, Bingchun (2013) *Copyright & Creation: A Case for Promoting Inclusive Online Sharing*. LSE MPP Policy Brief 9. London School of Economics and Political Science, Department of Media and Communications. <http://www.lse.ac.uk/media@lse/documents/MPP/LSE-MPP-Policy-Brief-9-Copyright-and-Creation.pdf>
- Cardoso, Gustavo (2008) “From Mass to Networked Communication: Communicational models and the Informational Society.” *International Journal of Communication*, volume 2, p. 587-630. <http://ijoc.org/ojs/index.php/ijoc/article/view/19>.
- Cummings, Alex Sayf (2013) *Democracy of Sound: Music Piracy and the Remaking of American Copyright in the Twentieth Century*. Oxford: Oxford University Press.
- Cvetkovski, Trajce (2013) *Copyright and Popular Media: Liberal Villains and Technological Change*. Londres: Palgrave MacMillan.
- Danaher, Brett e Joel Waldfogel (2012) “Reel Piracy: The Effect of Online Film Piracy on International Box Office Sales”. *SSRN Working Paper*. <http://ssrn.com/abstract=1986299>.
- De Vaus, D. A. (2002) *Surveys in Social Research*. Sydney: Allen & Unwin.
- De Vinck, Sophie e Sven Lindmark (2012) *Statistical, Ecosystems and Competitiveness Analysis of the Media and Content Industries: The Film Sector*. Sevilha: Joint Research Centre, Comissão Europeia. <http://is.jrc.ec.europa.eu/pages/ISG/documents/FINALCinemareportformattedwithcovers.pdf>.
- Decherney, Peter (2012). *Hollywood’s Copyright Wars: From Edison to the Internet*. Nova Iorque: Columbia University Press.

- Dejean, S., Pénard, T., e Suire, R. (2008). *Une étude sur les pratiques de consommation de vidéos sur Internet*. M@rsouin, Université de Rennes.  
<http://www.marsouin.org/spip.php?article250>.
- Drahos, Peter e John Braithwaite (2003) *Information Feudalism: Who Owns the Knowledge Economy?* London: Earthscan.
- Elsaesser, Thomas (2005) *European Cinema: Face to Face With Hollywood*. Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Envisional (2011) *Technical Report: An Estimate of Infringing Use of the Internet*.  
[http://documents.envisional.com/docs/Envisional-Internet\\_Usage-Jan2011.pdf](http://documents.envisional.com/docs/Envisional-Internet_Usage-Jan2011.pdf).
- European Audiovisual Observatory – EAO (2010a) *Focus 2010. World Film Market Trends. Tendances du marché mondial du film*. Estrasburgo: European Audiovisual Observatory.  
[http://www.obs.coe.int/online\\_publication/reports/focus2010.pdf](http://www.obs.coe.int/online_publication/reports/focus2010.pdf).
- European Audiovisual Observatory – EAO (2010b). *Yearbook 2010. Film, Television and Video in Europe*. Estrasburgo: European Audiovisual Observatory.
- Fattorossi, Romano (2000) Editorial. *European Cinema Journal*, 1 de Maio de 2000.
- Huygen, A, P. Rutten, S. Huveneers, S. Limonard, J. Poort, J. Leenheer, K. Janssen, N. van Eijk e N. Helberger (2009) “Ups and downs. Economic and cultural effects of file sharing on music, film and games.” TNO report commissioned by the Dutch Ministries of Education, Culture and Science, Economic Affairs and Justice.  
[http://www.governo.it/Presidenza/antipirateria/audizioni/audizione ALTROC ONSUMO allegato2.pdf](http://www.governo.it/Presidenza/antipirateria/audizioni/audizione_ALTROC_ONSUMO_allegato2.pdf).
- Instituto do Cinema e do Audiovisual – ICA (2011) *Anuário Estatístico 2010*.  
<http://www.ica-ip.pt/Admin/Files/Documents/contentdoc2517.pdf>.
- Instituto do Cinema e do Audiovisual – ICA (2012) *Anuário Estatístico 2011*.  
<http://www.ica-ip.pt/Admin/Files/Documents/contentdoc2516.pdf>.
- Instituto do Cinema e do Audiovisual – ICA (2013) *Anuário Estatístico 2012*.  
<http://www.ica-ip.pt/Admin/Files/Documents/contentdoc2515.pdf>.
- Jäckel, Anne (2003) *European Film Industries*, Londres: British Film Institute.
- Johns, Adrian (2009) *Piracy: The intellectual property wars from Gutenberg to Gates*. Chicago: University of Chicago Press.
- Karaganis, Joe (2011) “A Contribution to ‘Assessing State Aid for Films and other Audiovisual Works’”, The American Assembly, Universidade de Colúmbia.  
<http://piracy.americanassembly.org/wp-content/uploads/2011/09/American-Assembly-EU-AV-Policy-Note.pdf>.
- Kernfeld, Barry (2011) *Pop Song Piracy: Disobedient Music Distribution since 1929*. Chicago: University of Chicago Press.
- Kerrigan, Finola (2010) *Film marketing*. Amesterdão: Elsevier/Butterworth-Heinemann.
- Lessig, Lawrence (2001) *The Future of Ideas: The Fate of The Commons in a Connected World*. Nova Iorque: Random House.
- Lessig, Lawrence (2004) *Free Culture: How Big Media Uses Technology and the Law to Lock Down Culture and Control Creativity*. Nova Iorque: The Penguin Press.
- Liebowitz, Stan J. (2007) “How Reliable is the Oberholzer-Gee and Strumpf Paper on File-Sharing?”. Working Paper, Texas University, Dallas.  
<http://ssrn.com/abstract=1014399>.
- Liebowitz, Stan J. (2008) “Testing File-Sharing’s Impact by Examining Record Sales in Cities.” *Management Science*, vol. 54, nº 4, p. 852-859.  
<https://ssrn.com/abstract=829245>.

- Limonard, Sander e Jop Esmeijer (2007) "Business requirements and potential bottlenecks for successful new CITIZEN MEDIA applications." *TNO Reports*.
- Machuco Rosa, António (2009). *O Essencial Sobre os Direitos de Autor e os Novos Média*. Coimbra: Angelus Novus.
- Martikainen, Emmi (2011) "Does File-Sharing Reduce DVD Sales?" *SSRN Working paper*. <http://ssrn.com/abstract=1742443>.
- Oberholzer-Gee, Felix e Koleman Strumpf (2007) "The Effect of File Sharing on Record Sales: An empirical Analysis." *Journal of Political Economy*, vol 115, nº1, p. 1-42.
- Oberholzer-Gee, Felix e Koleman Strumpf (2010) "File Sharing and Copyright," *Journal of Political Economy*, versão pré-impressão. <https://musicbusinessresearch.files.wordpress.com/2010/06/paper-felix-oberholzer-gee.pdf>.
- Observatório da Comunicação - Obercom (2012) *Sociedade em Rede. A Internet em Portugal 2012*. <http://www.obercom.pt/client/?newsId=548&fileName=sociedadeRede2012.pdf>.
- Organização para a Cooperação e o Desenvolvimento Económico - OCDE (2012) *Education at a Glance 2012: OECD Indicators*. OECD Publishing. [http://www.oecd.org/edu/EAG%202012\\_e-book\\_EN\\_200912.pdf](http://www.oecd.org/edu/EAG%202012_e-book_EN_200912.pdf).
- Pardo, Alejandro e Alfonso Sánchez-Tabernero (2012) "Effects of Market Concentration in Theatrical Distribution: The Case of the Big Five Western European Countries." *International Journal on Media Management*, volume 14, nº 1, p. 51-71.
- Peukert, Christian; Claussen, Jörg e Kretschmer, Tobias (2013) "Piracy and Movie Revenues: Evidence from Megaupload: A Tale of the Long Tail?". *SSRN Working Paper*. <http://ssrn.com/abstract=2176246>.
- Piatek, Michael; Kohno, T. e Krishnamurthy, A. (2008) "Challenges and Directions for Monitoring P2P File Sharing or Why My Printer Received a DMCA Takedown Notice", *HotSec 2008*. [http://www.michaelpiatek.com/papers/piatek\\_hotsec08.pdf](http://www.michaelpiatek.com/papers/piatek_hotsec08.pdf).
- Rob, Rafael e Joel Waldfogel (2006) "Piracy on the High C's: Music Downloading, Sales Displacement, and Social Welfare in a Sample of College Students". *Journal of Law and Economics*, vol. 49, nº 1, p. 29-62.
- Samuels, Edward (2000) *The Illustrated Story of Copyright*. Nova Iorque: Thomas Dunne Books.
- Sandvine (2012) *Global Internet Phenomena Report: 2H 2012*. [http://www.sandvine.com/downloads/documents/Phenomena\\_2H\\_2012/Sandvine\\_Global\\_Internet\\_Phenomena\\_Report\\_2H\\_2012.pdf](http://www.sandvine.com/downloads/documents/Phenomena_2H_2012/Sandvine_Global_Internet_Phenomena_Report_2H_2012.pdf).
- Séneca, Hugo (2012) "Ministério Público diz que é legal copiar músicas e filmes na Net". *Exame Informática*, 26 de Setembro. <http://exameinformatica.sapo.pt/noticias/mercados/2012-09-26-ministerio-publico-diz-que-e-legal-copiar-musicas-e-filmes-na-net>.
- Tanaka, Tatsuo (2004) "Does file sharing reduce music CD sales? – A case of Japan." Working Paper 05-08, Institute of Innovation Research, Hitotsubashi University. <http://hermes-ir.lib.hit-u.ac.jp/rs/bitstream/10086/15965/1/070iirWP05-08.pdf>.
- Tanaka, Tatsuo (2011) "Do Illegal Copies of Movies Reduce the Revenue of Legal Products? The case of TV animation in Japan." Research Institute of Economy, Trade and Industry.

- Vaidhyanathan, Siva (2001) *Copyrights and Copywrongs: The Rise of Intellectual Property and How it Threatens Creativity*. Nova Iorque: New York University Press.
- Waldfoegel, Joel (2010) "Music file sharing and sales displacement in the iTunes era". *Information Economics and Policy*, vol. 22, nº 4, p. 306-314.
- Wood, Mary P. (2007) *Contemporary European Cinema*. Londres: Hodder Arnold.