

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ – SETOR LITORAL

DAIENNE MARRY CARVALHO JULIÃO

**ANÁLISE DA INFLUÊNCIA DA PIRATARIA NO COMÉRCIO CINEMATOGRAFICO
NA ERA DA INTERNET A PARTIR DE ESTUDO DE CASO**

MATINHOS

2016

DAIENNE MARRY CARVALHO JULIÃO

**ANÁLISE DA INFLUÊNCIA DA PIRATARIA NO COMÉRCIO CINEMATOGRAFICO
NA ERA DA INTERNET A PARTIR DE ESTUDO DE CASO**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Informática e Cidadania da Universidade Federal do Paraná – Setor Litoral, como requisito à obtenção do título de Bacharel em Informática e Cidadania.

Orientador: Prof. Mestre Paulo Gaspar Graziola Junior

MATINHOS

2016

TERMO DE APROVAÇÃO

DAIENNE MARRY CARVALHO JULIÃO

ANÁLISE DA INFLUÊNCIA DA PIRATARIA NO COMÉRCIO CINEMATOGRAFICO NA ERA DA INTERNET A PARTIR DE ESTUDO DE CASO

Trabalho de Conclusão de Curso aprovado como requisito parcial à obtenção do título Bacharelado em Informática e Cidadania da Universidade Federal do Paraná – Setor Litoral, pela seguinte banca examinadora:

Professor Me. Paulo Gaspar Graziola Junior
Professor Orientador

Professora Me. Ana Christina Duarte Pires
Membro da banca avaliadora

Professor Me. Eduardo Harder
Membro da banca avaliadora

MATINHOS, 30 DE JUNHO DE 2016

AGRADECIMENTOS

A Deus e nosso Senhor Jesus pela proteção e condução da minha vida.

A minha família, pela compreensão nos momentos onde estive ausente.

Ao professor Paulo Gaspar Graziola Junior, o qual dispôs de seu tempo para aconselhar e orientar meu caminho com suas sabias palavras na condução do presente trabalho, fomentando ainda mais minha vontade pelo conhecimento.

Aos amigos e colegas de classe, companheiros dos momentos deste ciclo acadêmico.

A todos os mestres, que conduziram com maestria este digníssimo curso.

Nós enxergamos genialidade, porque as pessoas loucas o bastante para achar que podem mudar o mundo são as que o fazem.

Steve Jobs

RESUMO

A Internet é hoje uma das mais importantes fontes de informações para os mais diversos campos do conhecimento. Devido a isso, transformou-se em uma ferramenta indispensável com aspectos positivos e negativos para vários segmentos. A Internet representa um dos mais bem sucedidos exemplos dos benefícios da manutenção do investimento e do compromisso com a pesquisa e o desenvolvimento de uma infra-estrutura para a informação. E no segmento Cinema, ou seja, as vídeo locadoras, o aspecto da pirataria veio para diminuir os espaços físicos, faturamento, contratações entre outros. Tudo isso deixa claro que as coisas estão mudando. E a mais recente dessas transformações pode ser a mais decisiva para a sobrevivência do cinema, onde a Legislação tem seu objetivo que é a conscientização da população sobre a necessidade de se respeitar o direito autoral, na esteira da Lei nº 9.610/98 que o regulamenta no Brasil, esclarecendo, educando, proporcionando encontros e discussões sobre a preservação destes direitos, atuando como entidade fiscalizadora e repressora da reprodução ilegal das obras de seus associados. Assim, este trabalho tem como objetivo geral, analisar a influência da Internet em relação à pirataria no comércio cinematográfico. Como percurso metodológico a pesquisa é exploratória e descritiva. Quanto ao procedimento, este pode ser considerado um método de estudo de caso. Como principais considerações cito: A pirataria prejudica toda a cadeia produtiva do entretenimento; É necessária a elaboração de toda uma estratégia para se diminuir o índice de pirataria e elevar o índice de locações; Os filmes piratas prejudicam não só o mercado de vídeo locação, como toda a indústria cinematográfica; A pirataria é uma grande mazela social e se desenvolve conjuntamente com a tecnologia. Milhares de empregos e bilhões de reais em arrecadação são perdidos, todo ano, devido ao crescimento do desrespeito aos direitos autorais; O fator primordial é o preço do DVD "pirata", que chega a representar cinco por cento do valor original. Todos estes pontos analisados acabam por reforçar a ideia de que devem acontecer mudanças significativas na forma de lei e sua aplicação.

Palavras- chave: internet, cinema, legislação, pirataria

ABSTRACT

The internet today is one of the most important sources of information for a lot of knowledge areas. Because of that, the internet has been transformed into an indispensable tool with negative and positive aspects for various segments. The internet represents one of the most well succeed examples of the benefits of the maintenance of investment and commitment within the search and the development of an infrastructure for the information. In the cinema segment for example; here we are talking about the video rental stores, the aspect of piracy came to decrease the physical spaces, revenues, billings, contracting operations, etc. All of this makes clear that things are changing. The most recent of these transformations may be the most decisive for the survival of the cinema. The Legislation has it's objective; that is that the awareness of the population over the need of respecting the Copyright, in the wake of Law nº 9.610/98, which regulates in Brazil; clarifying, educating, providing encounters and discussions about the preservation of these rights, acting as a supervisory and repressive entity of the illegal reproduction of the works of its members. Therefore, this job has analysed the influence of the internet in relation to the piracy in the cinematography commerce as a general objective. As a methodological route the research is exploratory and descriptive. Thereby the procedure can be considered as a method of the study about the case. I quote as principal considerations: The piracy affects all the entertainment productive chain; The elaboration of a strategy to decrease the piracy levels and increase the rental stores is necessary. The pirated movies and films not only affect the rental stores commerce; it also affects all the cinematographic industry. Piracy is a big social illness and it develops jointly with technology. Millions of jobs and billions of 'Reais' are lost every year, caused by the increment of disrespect towards the Copyright; the primordial factor is the price of the pirate DVD, that can sometimes represent five percent of the original value. All these factors being analyzed just prove that there have to be changes in the law and the way it is applied.

Keyword: internet, cinema, legislation, piracy.

LISTA DE ABREVIATURAS

ARPA	- Agência de Projetos de Pesquisa Avançada
NCP	- Network Control Protocol
TCP/IP	- Protocolo de Controle de Transmissão
ISO	- International Organization for Standardization
NSF	- National Science Foundation
VBNS	- Very-High-Speed Backbone
CD	- Compact Disc
DVD	- Digital Video Disc ou Digital Versatile Disc
BLUE RAY	- Raio Azul
AACS	- Advanced Access Content System
HD	- Hight Definition

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	09
2. MEMORIAL E JUSTIFICATIVA.....	10
3. OBJETIVOS.....	11
3.1 OBJETIVO GERAL.....	11
3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	11
4. HISTÓRIA DA INTERNET.....	12
4.1 O QUE É?.....	12
4.2 A ORIGEM.....	13
5. HISTÓRIA DO CINEMA.....	19
5.1 MÍDIAS UTILIZADAS NA HISTÓRIA DO CINEMA.....	21
5.1.1 Vhs ou fitas magnéticas.....	22
5.1.2 Dvd.....	24
5.1.3 Blu-ray.....	27
6. LEGISLAÇÃO ACERCA DA PIRATARIA CINEMATOGRAFICA.....	30
7. METODOLOGIA.....	36
8. ESTUDOS DE CASOS.....	38
8.1 CASO MEGA FILMES HD.....	38
8.2 CASO BLOCKBUSTER.....	41
9. ANÁLISE DA INFLUÊNCIA DA PIRATARIA NO COMÉRCIO	47
CINEMATOGRAFICO.....	
10. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	50
REFERENCIAS.....	54

1. INTRODUÇÃO

A Pirataria é um fato presente em todos os países. Na atualidade, ela pode ser definida como o ato de copiar, vender ou reproduzir produtos alheios sem respeitar dos direitos e a vontade dos criadores e donos originais. É uma prática muito difundida e discutida ultimamente e que tem incomodado muito a sociedade de forma geral. A pirataria de DVD's forja, a cada dia, uma parcela maior do mercado de vídeo locadoras. É notável a queda no percentual de locações tanto das grandes empresas quanto das pequenas.

Diferente é a pirataria na era do DVD, que se tornou algo totalmente industrializado, massificado e que, ao invés de auxiliar os grandes lucros, os torna cada vez menores, adiantando os lançamentos do cinema, banalizando o mercado, e gerando prejuízos sociais incalculáveis. Este mercado enfrentou sua primeira queda nos anos 90, com a chegada do DVD, visto que os proprietários tiveram que trocar gradativamente o VHS pela nova mídia, apesar de, à época, apenas uma pequena parcela da população possuía aparelhos de DVD's em casa.

Para dar conta deste trabalho, o mesmo foi estruturado e organizado em capítulos, os quais são descritos a seguir.

Primeiramente descrevo o memorial, elencando a minha história de vida em relação ao tema definido, justificando o porque da sua escolha.

No capítulo seguinte, elenco o objetivo geral e os específicos, os quais serviram de meta para dar conta deste trabalho.

Em seguida, descrevo a história da internet desde e seu início até os dias atuais.

Apos, realizei um levantamento histórico do cinema e as mídias utilizadas.

No próximo capítulo foi abordado a legislação a cerca da pirataria.

A seguir foi elaborado a metodologia, e em seguida os estudos de caso.

Chegando então por fim na análise da influência da pirataria no comércio cinematográfico e as considerações finais.

2. MEMORIAL E JUSTIFICATIVA

Desde criança sempre tive paixão por filmes, conforme crescia a paixão aumentava, de modo que com o passar dos anos decidi fazer uma graduação que pudesse colaborar com o meu entendimento sobre cinema, escolhi o curso Informática e Cidadania pelo fato do cinema estar totalmente ligado à tecnologia, muitos são baseados em tecnologia, efeitos visuais, sem citar as animações que são elaboradas com programas de computador, por esse motivo, a escolha do curso, para me aprofundar em informática, assim mergulhando no mundo da criação de filmes e animações.

À medida que crescia e trabalhava dentro de uma vídeo locadora que pertence a minha família, foi se observando as dificuldades e as variáveis mensais no ambiente de trabalho. E foi sendo observado que aos poucos, vários filmes foram sendo baixados pela internet e a velocidade de conexão, aliada à massificação das gravadoras de DVD's em computadores, tornou mais fácil a obtenção de cópias não autorizadas, fortalecendo a pirataria.

A pirataria se espalhou velozmente pelo mercado de vídeo locação, tornou-se um concorrente desleal e ilegal. Desleal por antecipar os lançamentos, com uma qualidade às vezes muito inferior, tirando a curiosidade do espectador em alugar o filme com uma qualidade melhor, ou de assisti-lo no cinema, perdendo assim seu interesse, por já ter visto uma cópia filmada no cinema com legendas baixadas pela internet.

As locadoras de vídeo passaram, então, a buscar outras estratégias para não perderem os clientes. Aos poucos o preço das locações foi reduzido e as empresas que ofereciam atendimento personalizado e preço mais baixo, ganharam espaço no mercado, em detrimento de locadoras já consolidadas.

Propõe-se a analisar o real desgaste que a pirataria tem causado ao mercado de vídeo locação, nele incluído as grandes distribuidoras, o cinema e o mercado varejista. Procurar-se-á apontar soluções e identificar os problemas para mercado de vídeo locação, em relação à pirataria. Buscar-se-á estratégias e alternativas para o setor, com a análise dos fatores que influenciam a expansão da pirataria e a correlação desta como declínio do mercado de locação de DVD's

3. OBJETIVOS

3.1 OBJETIVO GERAL

Analisar a influência da Internet em relação à pirataria no comércio cinematográfico.

3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar um levantamento do conceito e histórico da Internet;
- Realizar um levantamento histórico do cinema e das mídias utilizadas;
- Descrever a legislação acerca da pirataria cinematográfica;
- Analisar casos de uso da pirataria no mercado cinematográfico;
- Avaliar os pontos a favor e contrários em relação à pirataria no comércio cinematográfico.

4. HISTÓRIA DA INTERNET

4.1 O QUE É?

A Internet é uma grande rede de redes, e segundo DELRE (1996, p.23), outras visões da Internet são possíveis e às vezes podem causar confusão.

O termo internet com “i” minúsculo, refere-se a uma situação em que se têm redes de computadores conectadas entre si, ou seja, uma rede de redes. É comum encontrarmos organizações de médio e grande porte que tenham sua internet particular, interligando as redes de computadores de seus vários departamentos e unidades. A Internet com “i” maiúsculo é uma internet que resolveu se chamar Internet, da mesma forma que poderíamos escolher Restaurante como o nome a ser dado a um restaurante.

Para CASTELLS (2003, p. 13), o nome internet deriva da junção de duas palavras de origem inglesa, *International Network*. Traduzindo para o português, rede internacional. Ou seja, a internet é uma rede mundial de computadores interligados que, por meio dela, dados e informações são transmitidos para qualquer usuário que nela esteja conectado.

De acordo com COSTA (2001, p.46), a internet:

A Internet nada mais é do que uma rede mundial de computadores que podem não só se comunicar e trocar mensagens, mas também trocar arquivos de dados e imagens entre si, tudo isso em tempo real.

O serviço de conexão à Internet é prestado pelos provedores de acesso. No Direito brasileiro, esse serviço é considerado como um serviço de valor adicionado. É nesse sentido que dispõe o art. 61 da Lei Geral de Telecomunicações (Lei no 9.472, de 16 de julho de 1997).

E Conforme analisa VILHA (2002, p.20), popularmente conhecida como web, pelo físico e pesquisador do MIT Timothy John Berners-Lee:

A web pode ser definida como um conjunto de recursos que possibilita navegar na Internet por meio de textos hipersensíveis com hiper-referências em forma de palavras, títulos, imagens ou fotos, ligando páginas de um mesmo computador ou de computadores diferentes. A web é o segmento que mais cresce na internet e a cada dia ocupa espaços de antigas interfaces da rede.



FIGURA 1 – EXEMPLO DA REDE DE INTERNET MUNDIAL

FONTE: Disponível em: <http://www.exponencialconcursos.com.br> Acesso em 09 junho 2016.

Segundo PELLANDA apud LÉVY (1993, p.41), ainda sobre a Internet (FIGURA 1), “pode-se dizer que a Internet é um meio de comunicação que se enquadra no dispositivo “Todos e Todos””. Ela proporciona a interação entre locutor e interlocutor, uma vez que, na rede, qualquer elemento adquire a possibilidade de interação, havendo interconexões entre pessoas dos mais diferentes lugares do planeta, facilitando, portanto, o contato entre elas, assim como a busca por opiniões e ideias convergentes.

4.2 A ORIGEM

A história da Internet começa em 1969 nos Estados Unidos, com o início do projeto ARPANet. Promovido pelo Departamento de Defesa dos Estados Unidos através da Agência de Projetos de Pesquisa Avançada (ARPA – *Advanced Research Project Agency*).

De acordo com DELRE (1996, p. 19) este projeto visava:

A criação de uma rede experimental de computadores. Esta serviria tanto para interligar agências militares e centros de pesquisa que desenvolviam pesquisa militar, como também para promover o estudo de redes confiáveis. Uma rede confiável seria aquela que poderia ser danificada parcialmente devido a um ataque militar como uma bomba e ainda assim continuar operando. Nessa época, vivia-se a Guerra Fria.

Sob esta perspectiva surgiu então a rede ARPANet, inicialmente formada por três computadores na Califórnia e um em Utah. Logo, outros computadores e redes experimentais que utilizavam ondas de rádio e satélite, interessados no sucesso do projeto, vieram a se interligar e a rede não parou mais de crescer.

TABELA 1 - AS PRINCIPAIS DATAS RELACIONADAS À INTERNET

Data	Acontecimentos Importantes
1969	Agência de Projetos e Pesquisas Avançadas em Defesa do EUA (ARPA) inicia o projeto ARPANET (Conexão dos computadores do seu departamento de pesquisa).
1985	<i>National Science Foundation (NFS)</i> interliga seus supercomputadores (<i>NFSNET</i>).
1986	Interconexão da ARPANET com a NSFNET.
1988	<i>Advanced Network and Service (ANS)</i> , consórcio da IBM, MCI e Universidade de Michigan, passa a manter a NFSNET.
	Internet chega ao Brasil (FAPESP, UFRJ).
1989	Criada a Rede Nacional de Pesquisa (RNP) no Brasil.
1992	A ANSNET passa a ser o primeiro <i>backbone</i> da internet nos EUA (PSI, UUNET, SPRINT,...).
1995	Serviço comercial da internet através da Embratel.
1997	ARNP disponibiliza acesso a Internet a todas as capitais dos estados brasileiros.

FONTE: GUEDES E ROSA (ano, p. 7)

Durante a primeira década, foi desenvolvida a maior parte dos protocolos que permitiam que os computadores da ARPANet falassem entre si. Inicialmente, criou-se o protocolo NCP (*Network Control Protocol*)¹, que veio a ser substituído pelo conjunto de protocolos mais elaborados que recebeu o nome de TCP/IP². Direcionados para que a ARPANet fosse uma rede confiável e aberta independente do fabricante ou do tipo de computador, estes protocolos tiveram íntima relação com a história inicial da Internet e acabaram por determinar o perfil que ela possui hoje.

Na passagem da década de 70 para a de 80, começaram a surgir as primeiras estações de trabalho. A maioria delas utilizava o sistema operacional Unix 4.2BSD (*Berkeley Software Distribution*)³ que já trazia os protocolos TCP/IP embutidos.

De acordo com DELRE (1996, p.20), “também surgiram as primeiras redes locais com padrão Ethernet, amplamente utilizado até hoje”. A situação que antes existia de instituições que queriam conectar à ARPANet seu único computador de grande porte foi sendo substituída por aquela em que o necessário era conectar toda uma rede.

Outras instituições, mesmo sem participar da ARPANet, começaram a utilizar a tecnologia TCP/IP para suas redes particulares, e logo ficou claro que seria relativamente fácil ligá-las todas entre si. E, embora a ISO (*International Organization for Standardization*)⁴ estivesse desenvolvendo protocolos que funcionassem como padrão internacional, a demora na definição destes acabou por fazer com que os protocolos do projeto da ARPA se estabelecessem como um padrão de fato.

¹ NCP é sigla de network control protocol, primeiro protocolo servidor a servidor da ARPANET. Ele foi criado em dezembro de 1971, pelo Network Working Group (NWG). Disponível em: Acesso em:

² TCP significa Transmission Control Protocol (Protocolo de Controle de Transmissão) e oIP, Internet Protocol (Protocolo de Internet).

³ Berkeley Software Distribution (BSD) é um sistema operacional Unix com desenvolvimento derivado e distribuído pela Computer Systems Research Group (CSRG) da Universidade da Califórnia em Berkeley, de 1977 a 1995.

⁴ A Organização Internacional para Padronização ou Organização Internacional de Normalização (em inglês: *International Organization for Standardization*; em francês: *L'Organisation internationale de normalisation*), popularmente conhecida como ISO é uma entidade que congrega os grêmios de padronização/normalização de 170 países.

Em 1983 a ARPANet havia crescido bastante, o que teve como consequência uma reestruturação em seu *backbone*⁵. Essa foi feita em dois segmentos: um militar, denominado MILNet, e um puramente acadêmico, ARPANet. Ambas continuavam interligadas, e ao conjunto delas se deu o nome de DARPA Internet (o D refere-se a *Defense*, devido à troca de nome da agência ARPA para DARPA). Com o tempo, passou a ser referida apenas como Internet, tal como hoje é conhecida.

Ainda para DELRE (1996, p.20), o ano de 1986 é um marco importante na história da Internet: a NSF (National Science Foundation), órgão de fomento à pesquisa existente nos Estados Unidos, resolveu interligar cinco centros de supercomputadores espalhados pelo território americano.

Seu objetivo era permitir o acesso de professores e pesquisadores a estas máquinas através de uma rede de alta velocidade, a NSFNet. Alta velocidade, naquela época nos Estados Unidos, era 56.000 bps. A NSF também promoveu a conexão de redes regionais acadêmicas à NSFNet, e muitos dos que já estavam conectados à ARPANet transferiram-se para este novo backbone. Com isto, a ARPANet acabou sendo desativada em 1990.

Este impulso fez com que mais e mais instituições, dentro e fora dos Estados Unidos, quisessem se conectar à Internet. Outras redes que utilizavam protocolos diferentes do TCP/IP criaram soluções próprias para ligar-se a ela. E quanto mais instituições, mais pessoas e informações, mais atrativa se tornava a Internet. As linhas e equipamentos começaram a ficar sobrecarregados e, em 1987, um contrato para gerência e melhoria da rede foi firmado pela NSF com a *Merit Network Inc.*, a IBM e a MCI. Em 1989, o *backbone* da NSFNet já operava em 1.500.000 bps e em 91, a 45.000.000 bps

Como descreve o autor DELRE (1996, p.21), uma questão fundamental relacionada à NSFNet é que a NSF, por ser uma entidade governamental de fomento à pesquisa e ter financiado o *backbone* de instituições acadêmicas, não permitia que ele fosse utilizado para fins comerciais. Em oposição a isto, empresas resolveram se interligar diretamente, eliminando possíveis restrições de uso.

Após impulsionar o desenvolvimento da Internet, a NSFNet parou de operar em abril de 1995. Isso ocorreu porque a NSF considerou que já havia cumprido seu

⁵ A backbone significa “espinha dorsal”, e é o termo utilizado para identificar a rede principal pela qual os dados de todos os clientes da Internet passam.

papel no fomento à integração do ensino e pesquisa no país. Sendo assim, transferiu para entidades comerciais o controle de seu backbone, o que liberou o tráfego para fins não acadêmicos. Em contrapartida, uma nova rede experimental, denominada vBNS (*Very-High-Speed Backbone* – rede de velocidade muito alta), está sendo financiada.

Segundo DELRE (1996, p.22), convém mencionar ainda que em 1991 o senador americano Al Gore posteriormente vice-presidente do governo de Bill Clinton – elaborou e aprovou a lei denominada “*High Performance Computing Act of 1991*”.

O objetivo principal desta lei era promover a liderança tecnológica do país através do acesso de todos os pesquisadores a supercomputadores e a informações importantes para seus trabalhos.

A ideia principal era que, assim como no passado a construção de uma malha rodoviária cobrindo todo o país foi fundamental para seu desenvolvimento, hoje é a superestrada de informação que assume este papel.

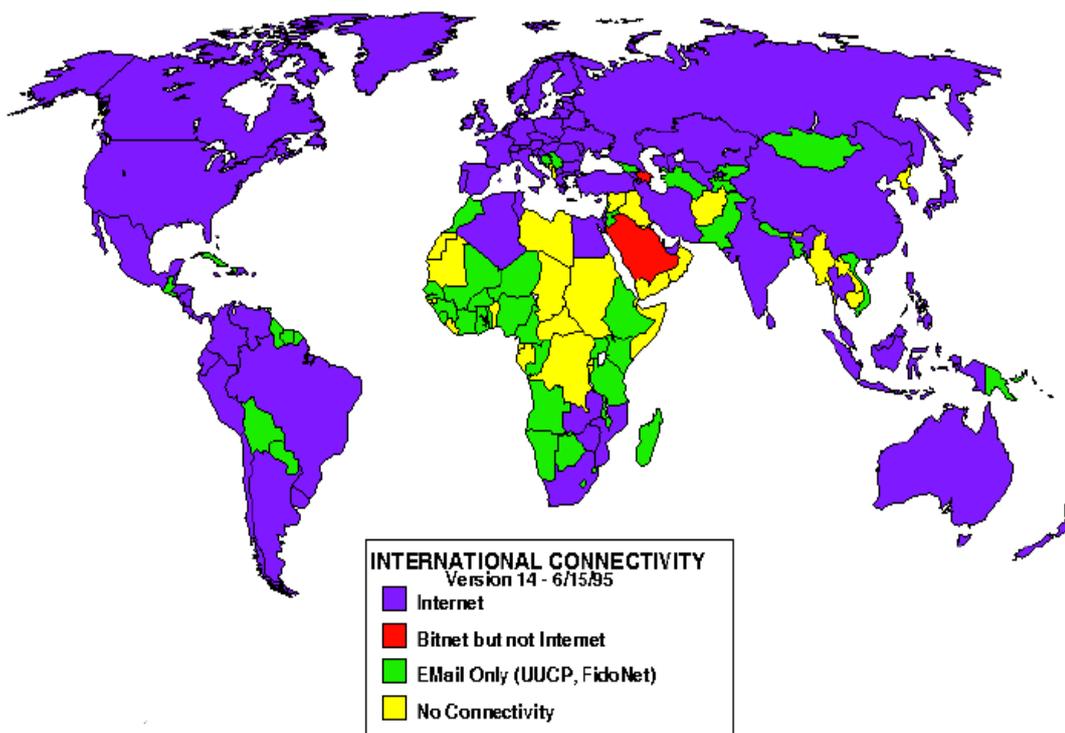


FIGURA 2 – Mapa de Conectividade Internacional
FONTE: Del Re Filippo, Denise. Bem-vindo à Internet. Rio de Janeiro: Brasport, 1996, p.23.

As primeiras conexões internacionais (FIGURA 2) foram feitas em 1973, para a Inglaterra e para a Noruega. Em 1995, mais da metade das máquinas da rede já se encontravam fora dos Estados Unidos.

E ainda segundo a descrição do autor DELRE (1996, p.22), a participação dos diferentes países na Internet está bastante vinculada aos aspectos culturais, políticos e econômicos e à infra-estrutura de telecomunicações.

Na Europa, os esforços para popularizar seu uso ainda estão se iniciando e, embora o governo da maioria destes países coloque-se a favor de uma rede de dados internacional, na prática, estão mais preocupados em policiá-la. A África, com sérios problemas de infraestrutura de telecomunicações, mantém contato mais facilmente com outros continentes do que consigo própria. Na América Latina, muitos países já têm suas redes nacionais, sempre conectadas à Internet via Estados Unidos. Ainda não há um backbone de âmbito continental. Nos países asiáticos, o alfabeto é uma grande barreira, tanto pela dificuldade de comunicação com estrangeiros quanto pela lentidão de se transcrever para a forma digital documentos com caracteres tão elaborados.

Outros problemas, como a obrigação, na China, de os usuários da Internet terem que se cadastrar na polícia, também contribuem para limitar o crescimento da rede.

A internet veio a facilitar ainda mais a integração do público com as obras. A apenas um clique de distância, as pessoas podem conhecer novas culturas e acessar conteúdos produzidos em qualquer país.

O cinema mudou a forma e os modos de vida da sociedade industrial e influenciou desde a moda até a forma de pensar. O ambiente criado na sala escura de exibição, a tela em grandes proporções e a linguagem cinematográfica apresentada, cativam o espectador, que se torna refém quando envolvido e transportado pela magia desse entretenimento. Seguramente, o cinema é a forma mais cativante de transmissão de conteúdo audiovisual.

5. HISTÓRIA DO CINEMA

No começo do século XX, o cinema inaugurou uma era de predominância das imagens. Mas quando apareceu, por volta de 1895, não possuía um código próprio e estava misturado a outras formas culturais, como os espetáculos de lanterna mágica, o teatro popular, os cartuns, as revistas ilustradas e os cartões-postais. Os aparelhos que projetavam filmes apareceram como mais uma curiosidade entre as várias invenções que surgiram no final do século XIX. Esses aparelhos eram exibidos como novidade em demonstrações nos círculos de cientistas, em palestras ilustradas e nas exposições universais, ou misturados a outras formas de diversão popular, tais como circos, parques de diversões, gabinetes de curiosidades e espetáculos de variedades.

Segundo MASCARELLO (2006, p. 17), a transformação é constante. Essa talvez seja a melhor maneira de descrever os primeiros 20 anos do cinema, de 1895 a 1915. Diferentemente da estabilidade que caracterizou o cinema hollywoodiano clássico entre 1915 e o início da televisão nos anos 1950, esse primeiro cinema testemunhou uma série de reorganizações sucessivas em sua produção, distribuição e exibição.

A história do cinema faz parte de uma história mais ampla, que engloba não apenas a história das práticas de projeção de imagens, mas também a dos divertimentos populares, dos instrumentos óticos e das pesquisas com imagens fotográficas. E ainda segundo MASCARELLO (2006, p.18), os filmes são:

Uma continuação na tradição das projeções de lanterna mágica, nas quais, já desde o século XVII, um apresentador mostrava ao público imagens coloridas projetadas numa tela, através do foco de luz gerado pela chama de querosene, com acompanhamento de vozes, música e efeitos sonoros. Muitas placas de lanterna mágica possuíam pequenas engrenagens que permitiam movimento nas imagens projetadas. O uso de mais de um foco de luz nas apresentações mais sofisticadas permitia ainda que, com a manipulação dos obturadores, se produzisse o apagar e o surgir de imagens ou sua fusão. O cinema tem sua origem também em práticas de representação visual pictórica, tais como os panoramas e os dioramas, bem como nos "brinquedos óticos" do século XIX, como o taumatrópio (1825), o fenaquistoscópio (1832) e o zootrópio (1833).

Não existiu um único descobridor do cinema, e os aparatos que a invenção envolve não surgiram repentinamente num único lugar. Uma conjunção de circunstâncias técnicas aconteceu quando, no final do século XIX, vários inventores

passaram a mostrar os resultados de suas pesquisas na busca da projeção de imagens em movimento: o aperfeiçoamento nas técnicas fotográficas, a invenção do celulóide (o primeiro suporte fotográfico flexível, que permitia a passagem por câmeras e projetores) e a aplicação de técnicas de maior precisão na construção dos aparatos de projeção.

De acordo com MASCARELLO (2006, p.18-19), as primeiras exhibições de filmes com uso de um mecanismo intermitente aconteceram entre 1893, quando Thomas A. Edison registrou nos EUA a patente de seu quinetoscópio⁶, e 28 de dezembro de 1895, quando os irmãos Louis e Auguste Lumière realizaram em Paris a famosa demonstração, pública e paga, de seu cinematógrafo. A invenção do cinema está ligada ao empresário Edison, que trabalhava com uma equipe de técnicos em seus laboratórios em West Orange, New Jersey. Em 1889, depois de ter visto a câmera de Étienne-Jules Marey em Paris, Edison encarregou uma equipe de técnicos supervisionada por William K.L. Dickson de construir máquinas que produzissem e mostrassem "fotografias em movimento" (motion pictures).

Em 1891, o quinetógrafo⁷ e o quinetoscópio estavam prontos para ser patenteados. E ainda de acordo com o autor MASCARELLO (2006, p.19-20):

O quinetoscópio possuía um visor individual através do qual se podia assistir, mediante a inserção de uma moeda, à exibição de uma pequena tira de filme em looping, na qual apareciam imagens em movimento de números cômicos, animais amestrados e bailarinas. O quinetógrafo era a câmera que fazia esses filmetes. O primeiro salão de quinetoscópios, com dez máquinas, cada uma delas mostrando um filme diferente, iniciou suas atividades em abril de 1894 em Nova York.

Sabe-se que os irmãos *Lumière* não foram os primeiros a fazer uma exibição de filmes pública e paga. Em 1º de novembro de 1895, dois meses antes da famosa apresentação do cinematógrafo *Lumière* no Grand Café, os irmãos Max e Emil Skladanowsky fizeram uma exibição de 15 minutos do bioscópio⁸, seu sistema de projeção de filmes, num grande teatro de *vaudeville* em Berlim.

⁶ O Cinetoscópio é um instrumento de projecção interna de filmes inventado por William Kennedy Laurie Dickson, chefe engenheiro da Edison Laboratories de Thomas Edison, em 1891.

⁷ O cinematógrafo é considerado geralmente como um aperfeiçoamento feito pelos irmãos Lumière do cinetoscópio de Thomas Edison. Terá no entanto sido inventado pelo francês Léon Bouly em 1895. Bouly teria perdido a patente, de novo registada pelos Lumière, a 13 de Fevereiro de 1895.

⁸ Definição de Bioscópio: Espécie de microscópio.

Auguste e Louis *Lumière*, apesar de não terem sido os primeiros na corrida, são os que ficaram mais famosos. Eram negociantes experientes, que souberam tornar seu invento conhecido no mundo todo e fazer do cinema uma atividade lucrativa, vendendo câmeras e filmes.

A família *Lumière* era, então, a maior produtora europeia de placas fotográficas, e o marketing fazia parte de suas práticas. Parte do sucesso do cinematógrafo deve-se ao seu design, muito mais leve e funcional. Em 1894, os *Lumière* construíram o aparelho, que usava filme de 35mm. Um mecanismo de alimentação intermitente, baseado nas máquinas de costura, captava as imagens numa velocidade de 16 quadros por segundo - o que foi o padrão durante décadas - em vez dos 46 quadros por segundo usados por Edison. (MASCARELLO, 2006, p.19).

Na França, os *Lumière* tinham dois competidores: a produtora do mágico e encenador Georges Méliès, que dominou a produção de filmes de ficção durante os primeiros anos, e a Companhia *Pathé*. A *Star Film*, produtora de Méliès, produziu centenas de filmes entre 1896 e 1912, mantendo escritórios de distribuição em Nova York e várias cidades da Europa. Mas seus filmes passaram a perder público quando o cinema encontrou uma forma narrativa própria, na segunda década, e Méliès foi à falência em 1913. A Companhia *Pathé*, fundada em 1896 por Charles Pathé, sobreviveu ao primeiro período, em que se estabeleceu como produtora e distribuidora de filmes, e dominou o mercado mundial de cinema até a Primeira Guerra Mundial. A *Pathé* comprou as patentes dos *Lumière* em 1902, e a *Star Film*, quando esta começou a mostrar sinais de fraqueza. Charles *Pathé* expandiu seus negócios pelo mundo, aproveitando mercados ignorados pelos outros produtores. (MASCARELLO, 2006, p.21).

5.1 MÍDIAS UTILIZADAS NA HISTÓRIA DO CINEMA

O cinema é artífice no que diz respeito a seu potencial de sedução, principalmente pelo fato de ser um híbrido de elementos de diversas artes e se utilizar desses múltiplos elementos para produzir sensações, despertar reações e sentimentos variados, enfim, emocionar, mas, mais do que isso, cada vez mais se

torna capaz (e vem se capacitando para tanto) de *mexer com os sentidos* ou promover o exercício deles. Segundo CARRASCO (2005, p.35):

Nos primeiros anos a ausência de som obrigou os realizadores de filmes a desenvolverem uma série de procedimentos técnicos e estéticos de caráter não verbal que viabilizassem o cinema enquanto arte narrativa. Dentre esses recursos estão o uso de legendas, a explicitação do signo gestual através da pantomima dos atores e, especialmente, os recursos de linguagem específicos do cinema, tais como as técnicas de enquadramento, os movimentos de câmera e a montagem, que viriam a se tornar as principais especificidades da linguagem cinematográfica

E com isso será mostrado como eram esses filmes e seu contexto, e descrever as modificações pelas quais o cinema foi passando até adquirir convenções de linguagem especificamente cinematográficas e assim ganhando diversidade com o decorrer do tempo, como descreve a figura abaixo:

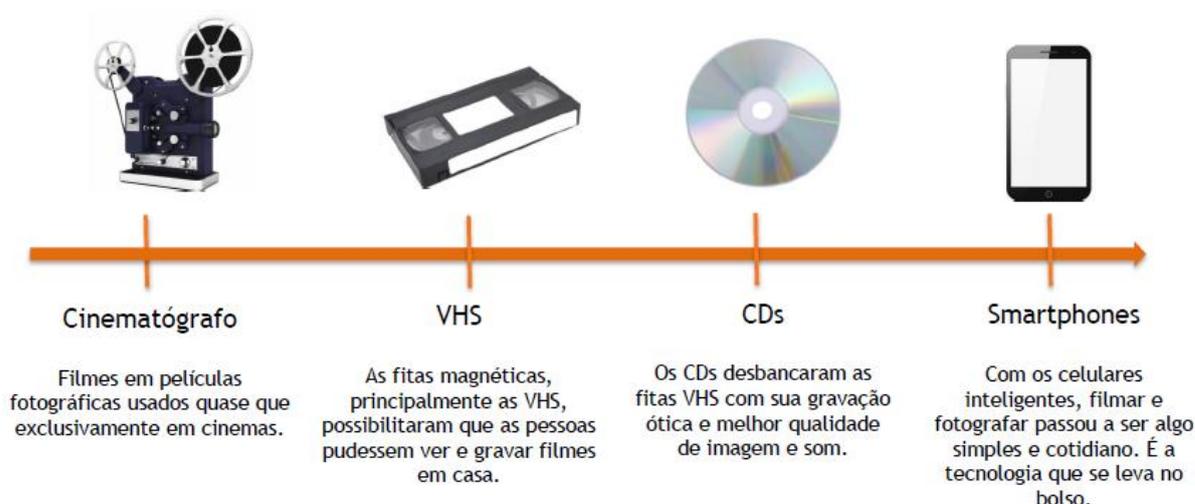


FIGURA 3 - CRIANDO UM VÍDEO

FONTE: Produzindo e divulgando fotos e vídeos. Disponível em: <http://www.rio2016/educacao> Acesso em 09 junho 2016.

5.1.1 Vhs ou fitas magnéticas

A perspectiva tecnológica nos relembra a origem particular do audiovisual: uma arte só possível após a revolução industrial. E por ser um produto industrial é de sua característica fundamental a constante substituição.

Segundo RIBEIRO (2009, p.09), na história do cinema existiram quatro ondas de destruição, nas quais novas tecnologias extinguiram antigas.

Na primeira, datada de 1918, as películas que tinham diversos tipos de bitolas, perfurações e velocidades foram substituídas pela padronização da bitola 35 mm com quatro perfurações por fotograma e velocidade de 24 quadros por segundo.

A segunda aconteceu em 1932, com a impressão ótica do som junto à imagem.

Na década de 50, houve a substituição do filme de suporte de nitrato pelo de acetato não inflamável.

E hoje vivemos a quarta, em que o cinema digital substituiu gradativamente o cinema de película.

Em todos esses momentos “ninguém levantou a hipótese de destruir filmes, mas os filmes foram destruídos.” (AMO, 2006). E segundo VAN BOGART (1997, p. 4), a VHS, ou melhor, à fita magnética

A fita magnética consiste de uma fina camada, capaz de registrar um sinal magnético, montada sobre um suporte de filme mais espesso. A camada magnética, ou cobertura superficial, consiste de um pigmento magnético suspenso em aglutinante de polímero. Conforme o próprio nome diz, o aglutinante mantém as partículas magnéticas juntas entre si e presas ao suporte da fita. A estrutura da cobertura superficial de uma fita magnética é similar à estrutura de uma gelatina contendo pedaços de frutas – o pigmento (pedaços de fruta) está suspenso na gelatina e é mantido coeso pela mesma. A cobertura superficial, ou camada magnética, é responsável pelo registro e armazenamento dos sinais magnéticos gravados sobre ela

A princípio a fita magnética era usada exclusivamente para gravação sonora. A partir de 1956, na *Ampex Corporation* (EUA), foi inventado o primeiro equipamento de VT⁹, que operava com rolos expostos, nos quais se armazenavam as imagens em movimento. Esse aparelho seria protagonista da ascensão do maior meio de comunicação eletrônico, a televisão. Antes do videoteipe as transmissões eram ao vivo e, com a demanda da gravação prévia, utilizou-se o 16 mm reversível, mas não era prático, pois somente depois de revelado era possível ver se a gravação e a montagem simultânea haviam funcionado.

E de acordo com RIBEIRO (2009, p.10), a fita magnética proporcionava agilidade e controle aos profissionais da televisão.

⁹ Videoteipe ou Videotape, (do inglês *videotape* = literalmente *fita de vídeo*) consiste numa fita de material plástico, bastante fina, que tem uma cobertura de partículas magnéticas, normalmente usada para o registro de imagens televisivas ao passar por aparelho em que as partículas são ordenadas. Seu uso permitiu a gravação prévia de programas destinados a transmissões posteriores.

Como não era necessária nenhuma revelação fotoquímica, seria possível conferir *in loco* o sucesso ou não da gravação, abrindo para ousadias dramáticas e efeitos especiais que até então eram apenas permitidos ao cinema. Não precisava de pós-produção; na *suíte* da direção se editava e se produzia a matriz. Sem falar na possibilidade de reaproveitamento das fitas, com a regravação de novos conteúdos, prática que culminou na perda significativa de imagens do início da produção televisiva. Na década de 70, os rolos expostos foram substituídos por sistemas de cartuchos e o formato U-Matic passou a ser o padrão utilizado para gravação e edição, trazendo elementos novos aos programas como o uso de cenas externas (fora dos estúdios) nas novelas, a ampliação das tomadas jornalísticas nos locais dos acontecimentos e a reportagem documentária em lugares exóticos.

O sistema de cartuchos proporcionou novos formatos: a Sony lança a Betamax e a JVC, a VHS. Formatos não para a televisão, mas voltados ao usuário doméstico, um mercado constantemente contemplado na história do cinema. Desde 1912, com a invenção da Pathè- Kok, câmera e projetor para filmes não-inflamáveis de 28 mm, o cinegrafista amador poderia produzir imagens familiares e eventos sem pretensões artísticas ou comerciais. Mas as produções em película eram caríssimas e sempre ficaram limitadas a ciclos sociais elitizados.

A fita magnética, por necessitar de um número mínimo de equipamentos - câmera e videocassete (demanda exigida pela TV, que precisava de mão-de-obra barata e autodidata para operá-los) - se popularizou velozmente em todas as camadas sociais. No final da década de 80, início dos 90 o videocassete¹⁰ era vendido em qualquer loja de eletrodomésticos, como acessório imprescindível para a televisão. (RIBEIRO, 2009, p.11).

5.1.2 Dvd

De acordo com o site Artdisc¹¹, o DVD (abreviação de *Digital Video Disc* ou *Digital Versatile Disc*, em português, Disco Digital de Vídeo ou Disco Digital Versátil), contém informações digitais, tendo uma maior capacidade de

¹⁰ O gravador de vídeo cassete, videocassete ou cassete de vídeo, também conhecido pela sua sigla inglesa VCR (*Video Cassette Recorder*), é um aparelho eletrônico capaz de gravar e reproduzir imagens que são registradas em fitas magnéticas acondicionadas em caixas plásticas (cassetes) para facilitar o manuseio. Ele é o sucessor do gravador de videoteipe (VTR, na sigla em inglês), que utilizava fitas magnéticas em carretéis plásticos.

¹¹ A Art Disc conta com uma estrutura de última geração para duplicação de CD e DVD, podendo duplicar CDs e DVDs em pequenas e grandes quantidades, garantindo 100% de qualidade no produto final.

armazenamento que o CD, devido a uma tecnologia óptica superior, além de padrões melhorados de compressão de dados. O DVD foi criado no ano de 1995.

Os primeiros DVD Players (leitores de DVD) e discos estavam disponíveis em Novembro de 1996 no Japão, Março de 1997 nos Estados Unidos, 1998 na Europa e 1999 na Austrália. No Brasil a tecnologia começou a ganhar força em 2002 e 2003, como demonstrado na tabela a seguir (TABELA 2).

TABELA 2 – A EVOLUÇÃO (OU INVOLUÇÃO) DOS DVDS NO BRASIL

Ano	Empresa	Atividade
2000	Warner	A mais antiga, chegou com o DVD no final de 1997 e início de 1998, em meados de 1999 ela tinha os direitos dos filmes dela mesmo e dos filmes da MGM, chegou a lançar alguns títulos da MGM
	Columbia (Sony)	Provavelmente a pioneira em qualidade de DVDs, chegou por volta de 1998 e 1999, iniciou com um pacote de lançamentos que eram títulos de catálogo, sem extras, ou somente trailer, os DVDs vinham com opções fullscreen e widescreen (dois lados). os DVDs iniciais eram totalmente produzidos nos Estados Unidos e exportados para o Brasil. Até hoje os títulos de catálogo da Sony nos EUA tem legendas em português ou dublagem, mas naquela época a Columbia não legendava extras. Foi pioneira em trazer filmes clássicos, lançando um selo "COLUMBIA CLASSICS"
	Fox	Entrou no mercado justamente em 2000. Os DVDs vinham com extras e com dublagem em português em vários casos. O grande problema era a falta de legenda nos extras. As legendas dos filmes eram traduzidas por alguém que não falava português, além da ausência de lançamentos e propaganda enganosa (boxes informavam extras inexistentes).
	Buena Vista (Disney)	Iniciou no ramo dos DVDs em 1999, com uma promoção um tanto maluca: você comprava o VHS de Armageddon, A Rocha, Pulp Fiction, até o Limite da Honra, Duro de Matar A Vingança (além de outros) e você poderia enviar o rótulo desses DVDs para ganhar inteiramente grátis o DVD desses títulos da promoção. O problema era que eles demoravam meses para enviar e eram DVDs com menu ultra padrão, estático, sem extras, <u>wide letterbox</u> , disco prateado sem silk, somente com o nome do filme.
2001	Paramount	Chega no Brasil em meados de junho, com seis lançamentos: Missão Impossível, Enigma do Horizonte, Os Dez Mandamentos, Top Gun, A Firma e Shaft. Somente Shaft tinha menu animado e dublagem, pois era o lançamento do mês. Ele tinha todos os extras legendados (menos o trailer), que se seguiu como padrão da produtora.
	Universal	Chegou ao Brasil em 2001 (final do ano) trazendo títulos da Dreamworks, pois a Columbia ainda tinha os direitos que foram renovados até 2002.
	Fox	Lança DVD triplo
	Buena Vista (Disney)	Lança o primeiro Platinum Disney, em DVD simples, que foi Branca de Neve e os Sete Anões.
	Columbia (Sony)	Inicia começa a legendar os extras da maioria dos filmes e lança o DVD duplo de Lawrence da Arábia com todos os extras legendados.
	Warner	Continua sem dublar os filmes e nem legendar os extras
2002	Columbia	Passa a lançar a maioria dos lançamentos em fullscreen, e Homem

	(Sony)	Aranha estréia essa nova fase. Deixa de lançar muita coisa que sai nos EUA e para de mandar encartes pros fãs.
	Warner	Passa a lançar os novos títulos em fullscreen, abandona o Snap Case, passa a legendar vários extras, a colocar silk com imagem do filme no disco, a usar Amaray transparente e rótulo dupla face.
	Buena Vista (Disney)	Lança A Bela e a Fera, desenho da Disney em edição dupla com diversos extras.
	Universal	Lança De Volta Para o Futuro num box feio de doer e mal enquadrado (que renderia um recall posterior).
2003	Warner	Começa a colocar dublagem em alguns antigos como Casablanca (duplo).
	Columbia (Sony)	Quase não relança edição especial de mais nada e piora muito as suas edições. Fullscreen em todos os lançamentos importantes.
	Paramount	Lança o box do Indiana Jones com a trilogia em um box muito bem acabado.
2004	Warner	Começa a lançar edições em latas de alguns filmes, como Casablanca, Cantando na Chuva, desenhos Looney Tunes e etc.
	Fox	Finalmente lança a trilogia Star Wars.
	Buena Vista (Disney)	Lança as primeiras latas Disney Treasures que tem uma tiragem de 5000 unidades, infelizmente por vendas baixas a série não vinga e é descontinuada após 4 lançamentos.
2005	Warner	Lança o primeiro DVD quádruplo, com ...E o Vento Levou, em Digipak. Em julho do mesmo ano ela deixa a Videolar e passa para a Microservice, aí começa o fundo do buraco da produtora. A Warner para de lançar os duplos com luva nesse ano. Tira os rótulos dupla face. Os boxes em Digipak de seriados e filmes passam a ser uma história que os antigos fãs contam. Os boxes de filmes passam a usar um material pior e os discos da Microservice parecem mais artigo de pirataria.
	Buena Vista (Disney)	Interrompe o lançamento dos DVDs duplos para os Disney Platinum, estreando uma nova safra de cortes nos extras de DVDs.
2006	Warner	Para de lançar DVDs duplos para os lançamentos, muitos filmes sofrem com isso. DVDs de seriados somente em Amaray, número de lançamentos de clássicos e catálogo caem drasticamente.
	Fox	Passa a lançar seus seriados com boxes slimcase.
2007	Disney	Volta a lançar DVDs duplos com Peter Pan e Piratas do Caribe 2.
	Warner	Está pior que nunca. Deixa de lançar boxes de animação.
	Universal	Passa a lançar seriados com estojos Escanavo (que colocam um disco sobre o outro).
2008	.	Mercado brasileiro de DVDs no fundo do poço
	Fox	Oficializa a comercialização dos títulos em Slimcase, baseada em uma pesquisa de origem duvidosa.

FONTE: Desenvolvida pela acadêmica

No início da década de 1990 teve a entrada das empresas de TV por assinatura no Brasil, mas isto não abalou o mercado de vídeo. O fato que inicia a ameaçar as vídeo locadoras foram às vendas dos aparelhos de DVD e, posteriormente, os gravadores.

Em 2002, o total de aparelhos de DVD vendidos no país superou o de videocassetes, que entraram em processo de extinção. Em 2003, foram lançados no país 519 novos filmes em fitas VHS e 1.000 títulos em DVD. A partir de 2007, quando atingiram sua maturidade no mercado, os aparelhos de DVD já podiam ser comprados por 100 reais. Mas com os diversos problemas originados pela facilidade de copiar os DVDs, a indústria de vídeo selecionou o *Blu-ray*, tecnologia de alta definição da Sony, como sucessor natural dos DVDs (SEBRAE/PE, 2004).

E conforme descreve AUGUSTO apud LEÃO (2010), Diretor de *Franchising* da rede de locadoras 100% Vídeo e presidente da Associação Brasileira de Vídeo locadoras (ABV)¹², diz que o grande vilão do setor é a pirataria, esta representa 75% do mercado de filmes. Ele ainda salienta que é difícil competir quando um camelô da esquina vende quatro DVDs por 10 reais. Este cenário vez com que o antigo modelo de vídeo locadoras (loja física) tivesse que ser reinventado ou adaptado de acordo com o ambiente apresentado.

5.1.3 Blu-ray

De acordo com YOUNG (2009, p.01), o nome Blu-ray apareceu a partir da cor “azul” do raio laser pois “*blue ray*” significa “raio azul” em inglês. Apesar de se chamar “raio azul” o seu comprimento de onda situa-se na zona entre o violeta e o azul. A letra “e” da palavra “*blue*” foi eliminada devido ao facto de em alguns países não se poder registar, para um nome comercial, uma palavra que fosse comum.

O *Blu-ray* possui três formas de preservar os seus direitos digitais, e ainda segundo Young (2009, p. 04):

- BD+ - Esta componente do *Blu-ray* foi desenvolvida por uma companhia americana de criptografia situada no estado da Califórnia, a *Cryptography Research Inc.* Esta empresa aplicou o seu conceito “*Self-Protecting Digital Content*” como forma de prevenir as cópias não autorizadas dos discos *Blu-ray* e ainda a reprodução do seu conteúdo usando dispositivos que não fossem autorizados.

¹² A ABV é uma entidade formada, exclusivamente, por video locadoras, daí seu nome: ABV – Associação Brasileira das Videolocadoras.

Por exemplo, esta aplicação transforma a saída das componentes do vídeo e do áudio para que parte do conteúdo não seja visível se não tiver o BD+ para o “descodificar”.

- *Advanced Access Content System (AACCS)* - Foi criado para restringir o acesso e a cópia dos discos que vieram depois do DVD. Foi desenvolvido pela *AACCS Licensing Administrator (AACCS LA)*, uma associação que inclui a Sony, Intel, Disney, Microsoft, IBM, Panasonic, Toshiba e Warner Bros.
- *BD-ROM Mark* - É usado para impedir as cópias ilegais de discos Blu-ray. O *BD-ROM Mark* é um conjunto de dados que são necessários para aceder aos direitos de autor que são protegidos pela AACCS.
- Quando se faz uma cópia de um disco *Blu-ray* original, os dados do *BD-ROM Mark* não são transferidos logo a cópia é ilegível nos aparelhos padrão de leitura.

Com o avanço tecnológico surgiu a necessidade de desenvolver um disco ótico para ser a geração sucessora do *DVD*. Assim surgiu o *Blu-ray* com grande capacidade de armazenamento e velocidade de acesso.

A interação reativa dos cinemas é apresentada por PRIMO (2007, p.149-154) com características bem definidas:

Dependem da previsibilidade e da automatização nas trocas; é marcada por disparar potencias; os resultados apresentados na tela reagem aos potenciais gravados; as trocas acontecem dentro dos limites previstos; depende das fórmulas previstas e insiste em seguir os trilhos demarcados; a programação prévia governa a relação.

É este sistema de um diálogo gravado que tomamos contado quando executamos obras interativas nas novas mídias (*CD-Rom, DVD, web, Blu-Ray*), vemos que na verdade elas mostram um estoque de informações previamente definidas (PRIMO, 2007 p.25). As informações são as mesmas para qualquer pessoa que acesse esse conteúdo, o receptor/usuário pode apenas “reagir” as perguntas apresentadas, escolher entre duas ou mais vias. É um sistema interativo, porém não totalmente, pois há limites impostos também pela máquina que os produtores procuram contornar, para passar a sensação de diálogo.

O que vem acontecendo ultimamente não é somente o resgate do 3D¹³ como entretenimento, mas uma nova tentativa de usar o recurso da estereoscopia¹⁴ como parte da linguagem cinematográfica. Mas, salvo melhor juízo, é preciso dar tempo ao tempo para ver se este objetivo vai ser de fato alcançado.

¹³ 3D são geradas duas imagens simultâneas, que vistas através de uma lente no próprio cristal líquido, fazem com que o cérebro perceba apenas uma única imagem, criando a ilusão da terceira dimensão.

¹⁴ Processo fotográfico e posterior projeção de imagens que dão à imagem plana a impressão de relevo, por ser o objeto fotografado ou filmado, simultaneamente, em duas perspectivas diferentes, utilizando-se câmera com duas objetivas, uma a certa distância da outra.

6. LEGISLAÇÃO ACERCA DA PIRATARIA CINEMATOGRAFICA

De acordo com SOUZA (1998, p. 103), a atual lei brasileira dos direitos autorais, Lei n. 9610 de 19 de fevereiro de 1998, contempla toda a diversidade de tecnologias associadas ao empacotamento das produções, generalizando-as como “obras”, tal como as define o caput do Art. 7o: “[...] criações do espírito, expressas por qualquer meio ou fixadas em qualquer suporte, tangível ou intangível, conhecido ou que se invente no futuro [...]”

Segundo a Lei 9610/98 e para BRASIL (1998, p.579), o autor:

É a pessoa física criadora de obra literária, artística ou científica” que pode identificar-se com “seu nome civil, completo ou abreviado até por suas iniciais, de pseudônimo ou qualquer outro sinal convencional.

A legislação brasileira dos direitos autorais é antiga, mas sua evolução levou aos seguintes registros normativos vigentes que sustentam o assunto:

- a) Lei n. 9610/98: altera, atualiza e consolida a legislação sobre direitos autorais e dá outras providências;
- b) Lei n. 9609/98: dispõe sobre a proteção da propriedade intelectual de programa de computador, sua comercialização no país e dá outras providências;
- c) Lei n. 9456/97: dispõe sobre a proteção dos direitos relativos à propriedade intelectual referente a cultivares;
- d) Decreto n. 2366/97: regulamenta a Lei 9456/1997 – cultivares;
- e) Lei n. 9279/96: dispõe sobre a propriedade industrial;
- f) Lei n. 6533/78: dispõe sobre a regulamentação das profissões de artista e de técnico em espetáculo de diversões e dá outras providências;
- g) Lei n. 5988/73: antiga lei dispendo sobre o direito autoral;
- h) Decreto n. 13/01: institui o Comitê Interministerial de Combate à Pirataria e dá outras providências;
- i) Decreto n. 2894/98: regulamenta a emissão e o fornecimento de selo ou sinal de identificação dos fonogramas e obras audiovisuais, previstos na Lei n. 9610/98.

De acordo com a Lei de Direitos Autorais (Lei 9610/1998) vigente na República Federativa do Brasil, para utilizar ou exhibir publicamente, ou seja, em locais não residenciais, obras cinematográficas ou audiovisuais no formato DVD,

VHS ou eletrônicos, é fundamental possuir a autorização prévia do detentor dos direitos dos filmes. Qualquer apresentação em âmbito diversificado do domiciliar (home entertainment), sem Licença, estará infringindo a lei. Isto está descrito na lei assim como nos avisos de advertência presente nos DVDs e vídeos.

A Lei de Direitos Autorais nº 9610/98, especialmente o Art. 29, expressa claramente a necessidade de autorização prévia do autor para utilização da obra, por quaisquer modalidades. Portanto não é permitida a apresentação de filmes sem permissão do distribuidor e ou produtor, pois são detentores de seus direitos.

Art. 29. Depende de autorização prévia e expressa do autor a utilização da obra, por quaisquer modalidades, tais como:

I - a reprodução parcial ou integral;

II - a edição;

III - a adaptação, o arranjo musical e quaisquer outras transformações;

IV - a tradução para qualquer idioma;

V - a inclusão em fonograma ou produção audiovisual;

VI - a distribuição, quando não intrínseca ao contrato firmado pelo autor com terceiros para uso ou exploração da obra;

VII - a distribuição para oferta de obras ou produções mediante cabo, fibra ótica, satélite, ondas ou qualquer outro sistema que permita ao usuário realizar a seleção da obra ou produção para percebê-la em um tempo e lugar previamente determinados por quem formula a demanda, e nos casos em que o acesso às obras ou produções se faça por qualquer sistema que importe em pagamento pelo usuário;

VIII - a utilização, direta ou indireta, da obra literária, artística ou científica, mediante:

a) representação, recitação ou declamação;

b) execução musical;

c) emprego de alto-falante ou de sistemas análogos;

d) radiodifusão sonora ou televisiva;

e) captação de transmissão de radiodifusão em locais de frequência coletiva;

f) sonorização ambiental;

g) a exibição audiovisual, cinematográfica ou por processo assemelhado;

h) emprego de satélites artificiais;

i) emprego de sistemas óticos, fios telefônicos ou não, cabos de qualquer tipo e meios de comunicação similares que venham a ser adotados;

j) exposição de obras de artes plásticas e figurativas;

IX - a inclusão em base de dados, o armazenamento em computador, a microfilmagem e as demais formas de arquivamento do gênero;

X - quaisquer outras modalidades de utilização existentes ou que venham a ser inventadas.

Ainda dentro das leis dos direitos autorais segundo a lei nº 9610/98, outros artigos abordam que:

Art 1º. Esta Lei regula os direitos autorais, entendendo-se sob esta denominação os direitos do autor e os que lhe são conexos”.

Art. 5º. Para os efeitos desta Lei, considera-se:

I- publicação – o oferecimento da obra literária, artística ou científica ao conhecimento do público, com o conhecimento do autor, ou de qualquer outro titular de direito de autor, por qualquer forma ou processo;

IV- distribuição- colocação à disposição do público do original ou cópia de obras literárias, artísticas ou científicas (..) mediante a venda, locação ou qualquer outra forma de transferência de propriedade ou posse;

VI - reprodução- a cópia de um ou mais exemplares de uma obra literária (...), de qualquer forma tangível, Incluindo qualquer armazenamento permanente ou temporário por meios eletrônicos, ou qualquer outro meio de fixação que venha a ser desenvolvido;

VII- contrafação - a reprodução não autorizada;

X - editor - a pessoa física ou jurídica à qual se atribui o direito exclusivo de reprodução da obra e o dever de divulgá-la, nos limites previstos no contrato de edição.

Art. 7º. São obras intelectuais protegidas as criações de espírito, expressas por qualquer meio ou fixadas em qualquer suporte, tangível ou intangível, conhecido ou que se invente no futuro, como:

I - os textos de obras literárias, artísticas ou científicas;

Art. 22. Pertencem ao autor os direitos morais e patrimoniais sobre a obra que criou.

Art. 24. São direitos morais do autor:

(...) IV - o de assegurar a integridade da obra, opondo-se a quaisquer modificações ou à prática de atos que, de qualquer forma, possam prejudicá-la ou atingi-la, como autor em sua reputação ou honra;

Art. 30. No exercício do direito de reprodução, o titular dos direitos autorais poderá colocar à disposição do público a obra, na forma, local e tempo que desejar, a título oneroso ou gratuito.

(...) § 2º. Em qualquer modalidade de reprodução, a quantidade de exemplares será informada e controlada, cabendo a quem reproduzir a obra a responsabilidade de manter os registros que permitam, ao autor, a fiscalização do aproveitamento econômico da exploração

Art. 37. A aquisição do original de uma obra, ou de exemplar, não confere ao adquirente qualquer dos direitos patrimoniais do autor, salvo convenção em contrário entre as partes e os casos previstos nesta Lei.

Art. 41. Os direitos patrimoniais do autor perduram por setenta anos contados de 1º de janeiro do ano subsequente ao de seu falecimento, obedecida a ordem sucessória da lei civil.

Art. 46 – Não constitui ofensa aos direitos autorais:

II – a reprodução, em um só exemplar, de pequenos trechos, para uso privado do copista, desde que feita por este sem o intuito de lucro

Art. 53. Mediante contrato de edição, o editor, obrigando-se a reproduzir e a divulgar a obra literária, artística ou científica, fica autorizado, em caráter de exclusividade, a publicá-la e a explorá-la pelo prazo e nas condições pactuadas com o autor.

Art. 63. Enquanto não se esgotarem as edições a que tiver direito o editor, não poderá o autor dispor de sua obra, cabendo ao editor o ônus da prova.

§ 1º Na vigência do contrato de edição, assiste ao editor o direito de exigir que se retire de circulação a mesma obra feita por outrem.

Art. 102. O titular cuja obra seja fraudulentamente reproduzida, divulgada ou de qualquer forma utilizada, poderá requerer a apreensão dos exemplares reproduzidos ou a suspensão da divulgação, sem prejuízo da indenização cabível.

Art. 103. Quem editar obra literária, artística ou científica, sem autorização do titular, perderá para este os exemplares que se apreenderem e pagar-lhe-á o preço dos que tiver vendido.

Parágrafo único.

Não se conhecendo o número de exemplares que constituem a edição fraudulenta, pagará o transgressor o valor de três mil exemplares, além dos apreendidos.

Art. 104. Quem vender, expuser à venda, ocultar, adquirir, distribuir, tiver em depósito ou utilizar obra ou fonograma reproduzidos com fraude, com a finalidade de vender, obter ganho, vantagem, proveito, lucro direto ou indireto, para si ou para outrem, será solidariamente responsável com o contrafator, nos termos dos artigos precedentes respondendo como contrafatores o importador e o distribuidor em caso de reprodução no exterior.

Art. 106. A sentença condenatória poderá determinar a destruição de todos os exemplares ilícitos, bem como as matrizes, moldes, negativos e demais elementos utilizados para praticar o ilícito civil, assim como a perda de máquinas, equipamentos e insumos destinados a tal fim ou, servindo eles unicamente para o fim ou, servindo eles unicamente para o fim ilícito, sua destruição.

Já na Constituição Federal, o Art.5º aborda que:

XVII. Aos autores pertence o direito exclusivo de utilização, publicação ou reprodução de suas obras, transmissível aos herdeiros pelo tempo que a lei fixar.”

No novo código civil:

Art. 186 - Aquele que por ação ou omissão voluntária, negligência, ou imprudência, violar direito, ou causar dano a outrem, ainda que exclusivamente moral, comete ato ilícito”.

Art. 927 - Aquele que, por ato ilícito (art. 186 e 187), causar dano a outrem, fica obrigado a repará-lo”.

No código penal (artigos 184, §§ 1º e 2 e 186, II, conforme nova redação dada pela Lei 10.695/03):

“Art. 184 - Violar direitos de autor e os que lhe são conexos:

Pena – detenção, de 3 (três) meses a 1 (um) ano, ou multa.

§ 1º - Se a violação consistir em reprodução total ou parcial, com intuito de lucro direto ou indireto, por qualquer meio ou processo, de obra intelectual, interpretação, execução ou fonograma, sem autorização expressa do autor, do artista intérprete ou executante, do produtor, conforme o caso, ou de quem os represente:

Pena - reclusão, de 2 (dois) a 4 (quatro) anos, e multa.

§ 2º - Na mesma pena do § 1º incorre quem, com intuito de lucro direto ou indireto, distribui, vende, expõe à venda, aluga, introduz no País, adquire, oculta, tem em depósito, original ou cópia de obra intelectual ou fonograma reproduzido com violação do direito de autor, do direito de artista intérprete ou executante ou do direito do produtor de fonograma, ou, ainda, aluga original ou cópia de obra intelectual ou fonograma, sem a expressa autorização dos titulares dos direitos ou de quem os represente.”

Art. 186 – Procede-se mediante:

(...)

II - ação penal pública incondicionada, nos crimes previstos nos §§ 1º e 2º do art. 184;

7. METODOLOGIA

Esta pesquisa é de natureza original, pois “se trata de um tema que ainda não foi abordado e contribuirá para expandir o conhecimento de seu pesquisador”. (BARROS e LEHFELD, 2000, p.35).

Em relação aos objetivos, a pesquisa é exploratória e descritiva. Exploratória, pois os autores terão que pesquisar e procurar ter máximo de conhecimento sobre o tema. Para GIL, “Pesquisa exploratória exige bastante traquejo no manuseio de publicações científicas. Para isto é necessário que o pesquisador seja capaz de identificar imediatamente a organização interna das obras consultadas. Caso contrário, a leitura exploratória se confundiria com outro tipo de pesquisa, o que a tornará rigorosamente inútil”. (1991, p 68). É possível que este tipo de pesquisa exija do pesquisador muita atenção na hora da leitura do material, capacidade de síntese e identificação das ideias chaves.

A pesquisa descritiva, segundo BARROS e LEHFELD, “é um levantamento das características conhecidas, componentes de fato, fenômeno problema”. (2000, p.26).

Sobre os procedimentos, os dados serão coletados através de fontes de papel, pesquisa bibliográfica e através de fontes de pessoas.

Quanto ao objeto esta pesquisa é caracterizada como bibliográfica e de campo. Bibliográfica, pois segundo LAKATOS e MARCONI “é desenvolvida por meio de materiais já elaborados e publicados por outros pesquisadores”. (1999, p.158). Para GIL pesquisa de campo, “é uma pesquisa que se realiza no ambiente natural da ocorrência dos fenômenos, ou seja, classifica-se como pesquisa de campo porque a coleta de dados é feita no ambiente em que os fatos ou fenômenos ocorrem”. (GIL, 1991, p. 85).

Quanto o procedimento, este pode ser considerado um método de estudo de caso, pelo fato de ser realizado *in loco*. Segundo GIL, “O estudo de caso é caracterizado pelo estudo profundo e exaustivo de um ou de poucos objetos, de maneira que permita o seu amplo e detalhado conhecimento...” (1991, p.58)

As técnicas de pesquisa utilizadas foram às técnicas de Observação Direta Extensiva e Documentação Indireta, que segundo GIL, “A técnica de Documentação Indireta é utilizada nas pesquisas bibliográficas e cujo suporte é a bibliografia existente sobre o tema”. (1991, p.49). Ainda segundo GIL, a Observação Direta

Extensiva, “é empregada na coleta de dados do estudo de caso, como os roteiros de perguntas, por exemplo,”. (1991 p.49) Essas técnicas ajudam no acesso a vários aspectos do tema, permitindo o aprofundamento acerca o mesmo.

Quanto aos recursos utilizados: o computador, material de escritório e o humano (elaborador da pesquisa).

8. ESTUDOS DE CASOS

8.1 CASO MEGA FILMES *HD*

De acordo com o site *tecmundo*¹⁵, uma operação deflagrada pela Polícia Federal resultou na prisão do grupo que gerenciava o site Mega Filmes HD. Batizada de Barba Negra, a operação cumpriu dois mandados de prisão temporária que tinham como objetivo desarticular uma organização criminosa especializada na prática de crimes contra os direitos autorais.

O site em questão oferece um acervo de 150 mil filmes, documentários, séries de TV e shows de forma ilegal. Segundo a Polícia Federal, o portal recebeu 60 milhões de visitas únicas no primeiro semestre de 2015 — 85% originadas no Brasil e 15% de locais como Portugal e Japão.

Os conteúdos eram oferecidos de forma gratuita, mas o site lucrava com a exibição de anúncios publicitários a seus visitantes. Além de ter realizado as prisões, a PF bloqueou as contas bancárias de sete suspeitos de gerenciar a página. Os investigados vão ser indiciados pela prática de crimes de constituição de organização criminosa, com pena de três a oito anos de prisão e multa, e pela violação de direitos autorais com pena de dois a quatro anos e multa.

Segundo o site *olhar digital*¹⁶, a operação envolveu quatro mandados de busca e apreensão, que envolveram as cidades de Cerquilha e Campinas, no estado de São Paulo, e Ipatinga, em Minas Gerais. Foram presas duas pessoas, e mais cinco foram conduzidas coercitivamente para serem ouvidas. As contas bancárias dos sete foram bloqueadas a mando da Polícia Federal.

O site tinha uma audiência gigantesca. No Facebook a página do Mega Filmes HD tinha 4,5 milhões de seguidores, o que já dá uma dimensão do negócio. Estima-se que o site recebesse 60 milhões de visitas por mês em média durante o primeiro semestre de 2015.

¹⁵ Disponível em: <http://www.tecmundo.com.br/pirataria/89541-grupo-responsavel-site-mega-filmes-hd-presos-policia-federal.htm>, acessado em 03 de Maio de 2016.

¹⁶ Disponível em: <http://olhardigital.uol.com.br/noticia/policia-federal-prende-grupo-que-administrava-o-site-mega-filmes-hd/53099>, acessado em 03 de Maio de 2016.

Os donos do site Mega filmes HD, que disponibilizava pela internet filmes e séries de forma ilegal, disseram em entrevista para o site do G1¹⁷, que não sabiam que o caso era tão grave. "Foi um crime contra a indústria de filmes, mas não fizemos mal a ninguém", comentou Marcos Cardoso, junto com sua companheira, Thalita Cardoso.

A dupla é suspeita de crimes de violação de direito autoral (pirataria) e associação criminosa. "Eu não sabia que era crime. Cada país tem suas leis sobre isso. E para mim, aqui no Brasil, isso não era crime. Tanto é que eu nunca tinha visto ninguém ser preso por isso."

O casal que gerenciava o site teve a prisão temporária de cinco dias renovada em 23 de novembro. Eles foram liberados após ficarem dez dias detidos.

Segundo a Polícia Federal, eles chegaram a lucrar até R\$ 70 mil por mês, com as 60 milhões de visualizações mensais. Durante a entrevista no escritório do advogado do casal, Thiago Bellucci, Marcos e Thalita afirmaram que já entregaram à polícia os contatos de uma agência de publicidade que pagava pelos espaços no site. "A agência recebia dos anunciantes e repassava parte desses valores para a gente pelos 'boxes' de publicidade", afirma.

O Mega Filmes HD começou a funcionar em 2011, ano em que Marcos diz que voltou do Japão e montou algo parecido com o que viu por lá. "Eu morei no Japão por 13 anos até 2011 e lá descobri esses sites. Gosto de computadores desde a época da internet discada, e fiz no Brasil a mesma coisa que vi no Japão quando cheguei. Minha intenção não era ser o maior site do tipo no país, cresceu muito rápido", fala.

Segundo o advogado do casal, não havia organização criminosa. "Como eles estão sendo acusados de organização criminosa, também estão vendo se há outros participantes que, de algum modo, se vinculavam a eles para manutenção do site. Essa é a tese da defesa, de que não havia essa ligação com demais pessoas. Cada um trabalhava por si, cada um era responsável por seu ato e não havia uma organização criminosa", diz Bellucci. Outras pessoas em Campinas (SP) e Ipatinga (MG) também foram presas.

Ainda segundo Marcos, o site que gerenciava não era de download de filmes, mas sim de *'streaming'* - visualização *on-line*. "É tudo link de terceiro. A gente pega os links na internet e posta. O site nunca hospedou nada, nunca hospedou nenhum filme. Tanto é que o site é de streaming, não é para baixar. O site nunca foi de *download*."

¹⁷ Disponível em: <http://g1.globo.com/sao-paulo/itapetininga-regiao/noticia/2015/11/nao-fizemos-mal-ninguem-dizem-donos-do-site-mega-filmes-hd.html>, acessado em 03 de Maio de 2016.

O casal diz que ainda os dois sites chamados Mega Filmes HD que estão no ar não têm relação com eles. “Já entregamos o *login* e senha do nosso site no dia da prisão e os sites que ainda existem não tem nada a ver com a gente, até porque foram lançados quando ainda estávamos presos. A gente não tem nada a ver, tanto é que eu parei mesmo. Para mim, isso aí acabou. Eu quero que corra todo o processo logo, porque isso para mim está sendo um pesadelo”, alega.

“A gente começou a ganhar dinheiro pouco tempo atrás. Começou por *hobby*. Não pensava que iria chegar num ponto que era ganhar bem. Não tinha essa pretensão”, comenta sem revelar o quanto ganhou.

Mesmo assim, o casal afirma que ainda vive em casa de aluguel e que só conseguiu comprar dois carros com os valores recebidos (todos os carros foram apreendidos pela polícia). No Facebook, o casal publicava fotos de encontros de colecionadores de carros e “ostentavam” um Volkswagen Jetta tunado.

“Tínhamos quatro carros, o ‘Jettão’ comprado com dinheiro do meu trabalho no Japão, outro financiado e dois carros com dinheiro do site. Entre eles o BMW, que apesar da marca, custou R\$ 75 mil. É que o valor dependia de cada mês e a grande quantia só começou este ano, antes não era tanto. Quando começamos a receber muito, ‘torramos’ com baladas. Mas foi um dinheiro amaldiçoado, que não nos levou a nada. Agora meu nome está sujo e não sei como conseguir emprego”, afirma Cardoso.

Com a prisão em 18 de novembro, o casal não pôde participar do próprio casamento, como conta Marcos. Ele e Thalita estão em união estável e iriam oficializar o relacionamento no último sábado (28), afirmam. “O site atrasou nossos planos. Estamos vendo com fornecedores e nosso advogado para não perdemos o que foi investido”, diz Thalita.

Segundo eles, R\$ 25 mil que seriam utilizados para pagar a festa do casamento foi o único valor apreendido pela PF. As contas dos suspeitos foram bloqueadas, mas não tinha dinheiro nelas, dizem. “Sentimos vergonha pelo o que fizemos. Muita vergonha. Imaginei que o site iria acabar, mas não que meu nome e rosto ficariam conhecidos por isso. Nunca mais vou mexer com isso, até peguei trauma da internet agora”, diz Marcos.

O casal planeja continuar em Cerquilho, cidade da família de Thalita. Vão esperar pelo fim das investigações e pretendem recomeçar com novos empregos. “Espero que tudo isso passe o mais rápido possível, que toda investigação acabe e eu

volte à minha vida normal. Tem até pessoas que me perguntam quando o site vai voltar e já digo que nunca mais. Já trabalhei com muita coisa, no Japão era 12 horas por dia, sempre trabalhei”, finaliza.

8.2 CASO BLOCKBUSTER

A BLOCKBUSTER VIDEO (escrita inicialmente assim mesmo) inaugurou sua primeira loja em 19 de outubro de 1985 na cidade de Dallas, estado americano do Texas, pelas mãos de David Cook, numa época em que a locação de vídeos era um negócio relativamente novo. Em dois anos de atuação no mercado já era uma rede com 19 lojas em operação. Foi nesse período que a empresa experimentou sua maior mudança. Foi instituído o conceito de *big stores*: grandes lojas, promoções exclusivas, variedade de lançamentos, atendimento de primeira, oferta monumental de títulos, acesso fácil e produtos complementares à venda (incluindo a famosa dupla pipoca e refrigerante) criando um ambiente familiar e totalmente inovador. O fundador da rede vendeu a empresa, que contava então com 200 lojas, dois anos depois para o milionário Wayne Huizenga, que fez sua fortuna no ramo da limpeza urbana. Foi ele quem começou a expansão internacional e transformou a empresa em uma gigante rede do segmento de locação de vídeos. Mudou o escritório central da cidade de Dallas para a ensolarada Fort Lauderdale, na Flórida, encerrando o ano com mais 100 novas lojas abertas.¹⁸

Em 1989 ingressou no mercado europeu ao adquirir a loja The Ritz Chain em Londres. Começou a década de 90 abrindo sua primeira loja em Porto Rico, iniciando operação no Canadá, lançando o sistema de franquias para desenvolver lojas na Austrália e adquirindo a *Errol's Video*, a terceira rede de locação dos Estados Unidos. Nesta época a empresa já era um gigante em seu segmento, despertando o interesse da poderosa Viacom¹⁹, um dos maiores grupos especializados em entretenimento do mundo, que comprou a Blockbuster em 1994

¹⁸ Disponível em: <http://mundodasmarcas.blogspot.com.br/2006/05/blockbuster-ingresso-para-diverso.html>, acessado em 03 de Maio de 2016.

¹⁹ Viacom é um conglomerado de mídia americano com várias empresas em todo o mundo de redes de televisão por assinatura e indústria cinematográfica, sendo o quarto maior na indústria do entretenimento no mundo.

por impressionantes US\$ 8.4 bilhões, encerrando o ano com mais de 4.500 lojas abertas.

Em 1996, a BLOCKBUSTER Entertainment Corporation foi renomeada para simplesmente Blockbuster Inc. e as lojas de varejo para Blockbuster, excluindo a palavra vídeo, uma clara demonstração que a oferta de produtos ia muito além do que somente alugar filmes. Neste mesmo ano fechou acordo com a Sony para oferecer promoções com o objetivo de difundir o DVD. Era o começo de uma nova era.

Em 1997 a empresa voltou a suas origens transferindo sua sede mundial novamente para a cidade de Dallas. A força da Blockbuster pode ser medida em 1999 quando foi eleita a 13ª marca mais conhecida dos Estados Unidos em uma lista de duas mil empresas. O desenvolvimento das tecnologias de banda larga e a diversificação dos sistemas de distribuição de filmes (cabo, telefonia e satélite) forçaram a empresa a repensar o futuro sem locação depois de começar a amargar resultados medíocres e enormes prejuízos. As mudanças começaram com o aluguel on-line de DVD. A opção por este tipo de serviço rompeu um paradigma interno da Blockbuster, que sempre investiu em suas lojas com o objetivo de transformar o ato de alugar um filme em um programa agradável e divertido para os clientes.

Afinal, antes de escolher o DVD, as pessoas aproveitavam para checar os lançamentos e comprar outros produtos, como filmes, pipoca, sorvetes e guloseimas, dos quais vinham aproximadamente 20% de seu faturamento. É por isso que a empresa relutou tanto, mesmo com resultados catastróficos, em abandonar o modelo de lojas (muitas delas foram fechadas). Outro fator que atrasou a entrada da empresa neste segmento era muito simples e vital para suas finanças: era do atraso na devolução de DVDs que a Blockbuster tirava 15% de seu faturamento.²⁰

Nos anos seguintes, a situação da empresa se deteriorou cada vez mais, muito em virtude da forte concorrência, principalmente da Netflix, que trabalha com um sistema de catálogo e entrega de filmes direto na residência, além da locação pela Internet. Tardiamente a Blockbuster começou a se reinventar, oferecendo acesso a diversos canais de entrega como quiosques, correio e Internet, além da

²⁰ Disponível em: <http://mundodasmarcas.blogspot.com.br/2006/05/blockbuster-ingresso-para-diverso.html>, acessado em 03 de Maio de 2016.

possibilidade de alugar filmes que possam ser assistidos diretamente no celular, computadores ou em TVs conectadas à Internet.

Além disso, como forma de reduzir custos, fechou inúmeras lojas e abandonou alguns mercados, especialmente em países europeus. Mas todas essas medidas não foram suficientes para mudar a situação delicada da empresa, que combatida pelas novas tecnologias de transmissão e distribuição de vídeos, acabou pedindo concordata no final de setembro de 2010.

Apesar de fechar uma enorme quantidade de lojas, especialmente no mercado americano, encerrar atividades em alguns países, a Blockbuster não conseguiu renegociar suas altas dívidas e acabou tendo falência decretada. Com isso, a marca foi adquirida pela provedora de TV por satélite *Dish Network* por módicos US\$ 228 milhões. Com a força da marca Blockbuster, os novos proprietários lançaram no final de 2011 o serviço de locação à distância BLOCKBUSTER MOVIE PASS. É um aluguel de filmes e programas de TV via Internet combinado à entrega de jogos e filmes via correio. O novo serviço é uma combinação dos serviços de conteúdo sob demanda da Blockbuster e da *Dish*.

Essa união criou um modelo de oferta praticamente completo. O conteúdo total está disponível apenas na DishNetwork.com, sendo que a Blockbuster continua com o seu serviço anterior, chamado “*On Demand*”.

A biblioteca foi dividida em duas partes: se o cliente quiser alugar para ver na TV, terá 3 mil títulos à disposição; se optar pelo computador, são 4 mil. A grande sacada fica por conta do aluguel via correio, que conta com aproximadamente 100 mil filmes, com a possibilidade, inclusive, de serem ser trocados em lojas físicas. Com isso, a rival *Netflix*²¹ voltou a ganhar um concorrente indigesto, que a própria empresa ajudou a afundar. Parece que o grande monstro azul está de volta.²²

A seguir mostra-se a Linha do Tempo (TABELA 3) em relação ao desenvolvimento da Blockbuster.

²¹ Netflix é um provedor global de filmes e séries de televisão via streaming, atualmente com mais de 80 milhões de assinantes. Fundada em 1997 nos Estados Unidos, a empresa surgiu como um serviço de entrega de DVDs pelo correio.

²² Disponível em: <http://mundodasmarcas.blogspot.com.br/2006/05/blockbuster-ingresso-para-diverso.html>, acessado em 03 de Maio de 2016.

TABELA 3 - LINHA DO TEMPO DA BLOCKBUSTER

Ano	Desenvolvimento
1986	Criação de um centro de distribuição com 2.500 m ² na cidade de Dallas.
1992	Aquisição da Sound Warehouse e da Music Plus, e criação da BLOCKBUSTER MUSIC . Esta divisão foi vendida em 1998.
1994	Introdução para venda de equipamentos, software e acessórios para jogos interativos em suas lojas.
1995	Lançamento de sua página na Internet (Blockbuster.com). Começou a vender produtos de merchandising nos sites da MTV e VH-1.
1997	Colocou em teste a venda de DVD em suas lojas nas cidades de São Francisco e Richmond. Iniciou o programa de incentivo às devoluções antecipadas, disponibilizou mais cópias de lançamentos e aumentou o número de locações nos mercados teste.
1998	Lançamento da famosa campanha “ <i>Go Home Happy</i> ” visando a satisfação total do cliente, oferecendo mais cópias por títulos de filmes.
1999	Lançamento do BLOCKBUSTER REWARDS , um programa de fidelidade, através do pagamento de uma taxa anual, que dava direito a promoções, descontos e locações grátis entre outros benefícios. Começou a adquirir filmes para seu programa de filmes “exclusivamente em vídeo”. Ampliação da venda de DVDs para 3.800 de suas lojas próprias nos Estados Unidos e 1.000 internacionais.
2000	Firmou aliança com a TiVo para oferecer vídeo on demand através de seus receptores. Lançamento de um prêmio para diretores de filmes independentes, passando a distribuir alguns dos títulos em suas lojas dos Estados Unidos. Ingressou no ramo de pay-per-view através de uma aliança com a operadora de satélite DirecTV. Por esse acordo, assinaturas do sistema eram comercializadas pela Blockbuster, com a futura opção de um serviço pay-per-view conjunto. A rede de locadoras recebia uma comissão por cada venda e as duas empresas faziam promoções cruzadas.
2004	Ingressou no mercado de locação on-line no mercado americano para competir com a líder Netflix. Em três anos o novo serviço conquistou mais de 3 milhões de associados. O serviço já estava disponível no Reino Unido desde 2002. Lançamento do MOVIE PASS , um “plano de assinaturas” para assistir a muitos filmes sem prazo de devolução e sem multa, pagando apenas uma mensalidade.
2006	Lançamento do programa BLOCKBUSTER TOTAL ACCESS™ (Acesso Total), permitindo aos seus clientes usar a Internet e as lojas de maneira integrada - podendo pedir filmes pela Internet e devolver na loja.
2008	Lançamento do BLOCKBUSTER EXPRESS DIGITAL , onde os usuários podem acessar quiosques com seu próprio cartão de memória SD e baixar um filme para vê-lo depois. Esse filme é criptografado em DRM, que estabelece um prazo de validade e tempo, após, o arquivo é inutilizado. Atualmente existem mais de 10.000 quiosques espalhados pelos Estados Unidos.

FONTE: Desenvolvida pela acadêmica

Surgida nos EUA em 1985, logo se tornou a maior locadora de filmes do mundo. Chegou ao Brasil em 1995 e cumpriu a promessa do próprio nome: distribuir grandes sucessos de Hollywood e se tornar a maior locadora.²³

Em 2004, a empresa tinha mais de 9 mil lojas. Hoje, há cerca de 2.400. Desde que a primeira loja da rede abriu as portas, em 1985, a Blockbuster foi um pesadelo para as locadoras de bairro.

Com suas promoções agressivas e prateleiras repletas de lançamentos, a empresa americana dominou por duas décadas o mercado de locação de fitas de vídeo, games e, mais tarde, DVDs. Como outros gigantes do entretenimento off-line, porém, a Blockbuster (FIGURA 5) perdeu boa parte de seu público na concorrência com a internet.

Em setembro de 2010, depois do fechamento de milhares de lojas e pressionada por uma dívida de mais de US\$ 1 bilhão, a empresa pediu concordata.²⁴



FIGURA 5 – UNIDADE BLOCKBUSTER

FONTE: Disponível em: <http://revistaepoca.globo.com> Acesso em 09 junho 2016

A crise da Blockbuster não significa que alugar filmes deixou de ser um bom negócio. Mas indica a falência de um modelo. Desde o surgimento da *Netflix*, em 1997, o consumidor passou a ter a opção de alugar filmes sem sair de casa. O

²³ Disponível em: [http:// link.estadao.com.br/noticias/geral,blockbuster-a-beira-da-falencia](http://link.estadao.com.br/noticias/geral,blockbuster-a-beira-da-falencia), acessado em 03 de Junho de 2016.

²⁴ Disponível em: [http:// revistaepoca.globo.com/Revista/Epoca](http://revistaepoca.globo.com/Revista/Epoca), acessado em 03 de Junho de 2016.

serviço é simples: o cliente acessa o site da locadora, faz uma lista dos filmes que deseja ver e paga uma assinatura. Recebe os DVDs em casa e, depois de assistir aos filmes, devolve-os para receber os próximos da lista.

O crescimento da empresa acompanhou a popularização da internet: em 2009, ela ultrapassou a marca dos 10 milhões de assinantes. Ao mesmo tempo, surgiram outros concorrentes para a Blockbuster, como a compra de filmes no sistema *pay-per-view* e os sites para *download* e *streaming* de vídeo. Ameaçada, a Blockbuster tentou imitar os concorrentes. Mas tombou por culpa de seus enormes gastos: para oferecer filmes pelo correio ou pela internet, nenhuma empresa precisa ter tantas lojas e funcionários.

No Brasil, com a concorrência da pirataria, a crise da Blockbuster chegou antes. Em janeiro de 2007, as Lojas Americanas²⁵ compraram por R\$ 186,2 milhões as 127 lojas e os direitos sobre a marca no país. Ao contrário do que ocorre no exterior, o número de lojas interessava mais que a marca: a aquisição fazia parte de um plano para aumentar a presença das Lojas Americanas no país.

²⁵ É uma empresa brasileira do segmento de varejo fundada em 1929 na cidade de Niterói, no Rio de Janeiro, pelo austríaco Max Landesmann e pelos norte-americanos John Lee, Glen Matson, James Marshall e Batson Borger.

9. ANÁLISE DA INFLUÊNCIA DA PIRATARIA NO COMÉRCIO CINEMATOGRAFICO

A pirataria é uma prática que vem de tempos remotos. Sua definição segundo o dicionário Larousse é a seguinte:

PIRATA s.m (gr.peirates). 1. Bandido que cruzava os mares com intuito de roubar; corsário. 2. Ladrão. 3. Indivíduo que comete o ato de pirataria. Adj.2g. 1. Pertencente ou relativo à pirata. 2. Que é feito sem autorização.

Na atualidade, a pirataria pode ser definida como o ato de copiar, vender ou reproduzir produtos alheios sem respeitar dos direitos e a vontade dos criadores e donos originais. É uma prática muito difundida e discutida ultimamente e que tem incomodado muito a sociedade de forma geral.

Por causa dela, os prejuízos em impostos alcançam cifras extraordinárias, ultrapassando muitos bilhões de dólares no Brasil, além de provocar o desemprego em muitos setores do comércio e indústria, em especial o segmento de vídeo locadoras que é o caso em questão.

Apesar de a produção ter crescido no Brasil, a maioria dos produtos piratas vendidos no país vem de países como China, Taiwan e Hong Kong. Chegam pelas fronteiras ou desembarcam em portos como o de Vitória (ES), de Santos (SP), de Paranaguá (PR) e de Itajaí (SC).

E mesmo sabendo que é crime, muita gente aceita, não vê problema em levar para casa CD ou DVD pirata, por exemplo. Afinal, produto falsificado custa menos do que o original.

Quem produz ou vende produtos piratas comete crime. Se flagrado, pode responder por violação de direitos autorais. A lei prevê até quatro anos de reclusão, mas dificilmente alguém fica preso no Brasil por esse motivo. Geralmente assina um termo circunstanciado e acaba liberado. Quem consome a pirataria fica sujeito ao crime de receptação, por adquirir produto fruto de outro crime. “As pessoas já sabem que é ilícito, mas a pirataria é uma questão de escolha.”

O mercado de vídeo é composto pela indústria cinematográfica e pelas diversas empresas de exibição e distribuição de filmes, desenhos, séries entre outros, que são vistos pelas pessoas em seus lares ou em salas de cinema.

Diante deste cenário a retração do mercado de locação é resultado de muitos fatores, citando como os três principais:

a) Pirataria, os camelos vendem quatro DVDs piratas por 10 reais, além da imensa quantidade de filmes que podem ser baixados pela internet;

b) Falta de tempo dos consumidores para ir até uma locadora e depois voltar para devolver o que foi locado;

c) As diversas formas alternativas de entretenimento que estão à disposição dos consumidores como a internet, o futebol na TV e o crescimento da base de assinantes da TV por assinatura, além do crescimento de estabelecimentos como cinemas, bares, restaurantes, baladas, entre outros.

Para a realização dessa pesquisa, diversos textos sobre o tema proposto foram estudados e deles absorvidos os aspectos positivos e negativos visando seus fatores e peculiaridades.

No caso da Mega Filmes HD, os pontos favoráveis são que para o público ficou viável assistir filmes sem pagar nenhuma taxa, mesmo sendo um ato ilegal a operância do site transmissor. Em relação ao aspecto desfavorável, além do site estar transmitindo filmes sem nenhum tipo de licença o mesmo está tendo fins lucrativos com isso, e dessa maneira, ocasionando falência em muitas vídeo locadoras e até mesmo diminuindo o fluxo de clientes nos cinemas devido ao telespectador já ter visto o filme na internet, mesmo com a baixa qualidade, e caso queira podem repetir a visualização do filme ou outro tipo de entretenimento visual.

Dentre os inúmeros crimes praticados pela internet no âmbito das instituições financeiras e comércio virtual, encontra-se a difusão ilegal de conteúdos audiovisuais protegidos por direito autoral os chamados sítios de conteúdos piratas. Onde a empresa em questão entrou em atrito direto com a legislação brasileira dos direitos autorais ferindo os seguintes registros normativos vigentes que sustentam o assunto, onde o artigo 7º da Lei de Direitos Autorais, Lei 9.610/1998 em que o conceito de Direito autoral permeia a esfera patrimonial e moral. Embasados em:

a) Lei n. 9610/98: altera, atualiza e consolida a legislação sobre direitos autorais e dá outras providências;

b) Lei n. 9609/98: dispõe sobre a proteção da propriedade intelectual de programa de computador, sua comercialização no país e dá outras providências;

c) Lei n. 9456/97: dispõe sobre a proteção dos direitos relativos à propriedade intelectual referente a cultivares;

No caso da Blockbuster, a internet influenciou de forma negativa pelo fato dos filmes piratas recém filmados do cinema serem imediatamente colocados na internet e com isso rapidamente baixados, gerando um fluxo imenso e intenso de vendas nas ruas, fluindo em grande circulação, seja nas ruas através da venda direta ou pela internet, inclusive pela empresa ou site Mega Filmes HD, na qual tinha milhares de acessos, fazendo com que o cliente procure o mais fácil e mais atrativo para seu bolso, ao invés de alugar em uma locadora um filme de alta qualidade e dentro das leis.

A pirataria de DVD's forja, a cada dia, uma parcela maior do mercado de vídeo locadoras. É notável a queda no percentual de locações tanto das grandes empresas quanto das pequenas. Esses fatores contribuem, cada vez mais, para o declínio do mercado de vídeo locação. Uma locadora despende, em média, R\$ 110,00 por um lançamento exclusivo, ou seja, disponibilizado somente para locação. Essa situação torna praticamente inviável que este valor seja recuperado até o final do mês.

Uma série de ações, ocorridas pelas grandes empresas no mercado de vídeo locação, têm confirmado essas afirmações. Por exemplo, a Blockbuster, uma das maiores vídeo locadoras mundiais, vendeu recentemente suas franquias brasileiras para as Lojas Americanas. As Lojas Americanas sempre atingiram o consumidor da classe baixa e média, agora tem chance de atingir a classe alta.

E de acordo com COSTA (2007, p.13), é interessante é que, com a recente modificação de propriedade das franquias, a Blockbuster mudou grande parte dos seus padrões. A locação de DVD's não é mais a principal prioridade, as prateleiras de locação foram reduzidas e o espaço de venda de filmes e produtos aumentou consideravelmente na loja. A Blockbuster vende DVD's usados para as pequenas locadoras e continua ganhando com as locações, conseqüentemente, consegue se manter no mercado, apesar das adversidades encontradas.

O que faz com que não só a empresa citada, mas todos que pensam em adentrar o mercado de vídeo locadora devem estar cientes que além de pontos físicos e estruturas, a consciência e atuação dos novos clientes devem ser bem planejadas, tanto estrategicamente como financeiramente

10. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Para concluir este estudo de caso considera-se que os filmes piratas prejudicam não só o mercado de vídeo locação, como toda a indústria cinematográfica. A queda no índice de locações é significativa e a falta de conscientização do consumidor, conjugada com a displicência das autoridades responsáveis pela fiscalização e repressão, fazem com que o declínio do mercado de vídeo locação, ao menos na atual conjuntura, seja fato incontroverso e sem perspectivas de melhora em curto prazo.

É necessária a elaboração de toda uma estratégia para se diminuir o índice de pirataria e elevar o índice de locações, tornando possível aos locadores de vídeo recuperar o mercado que lhes foi retirado com a prática contumaz deste ato criminoso. Esta estratégia não deve concentrar-se pura e simplesmente na apreensão das mídias clandestinas vendidas livremente nas cidades. Toda a cadeia envolvida no ramo de entretenimento, especificamente em relação aos filmes, deve engajar-se em desenvolver técnicas adequadas para reduzir o índice de pirataria no Brasil.

A pirataria é uma grande mazela social e se desenvolve conjuntamente com a tecnologia. Milhares de empregos e bilhões de reais em arrecadação são perdidos, todo ano, devido ao crescimento do desrespeito aos direitos autorais.

É perceptível que a pirataria não é o único fator que tem prejudicado o mercado de vídeo locação. O próprio consumidor está mudando o padrão de consumo e começa a optar por melhor atendimento e melhor preço. As grandes locadoras, que cobram entre R\$ 8,00 e R\$ 5,00, estão perdendo gradativamente o seu lugar no mercado, dando espaço para as pequenas empresas que, apesar de ter um acervo reduzido, optam pelo atendimento personalizado e vêm conquistando os clientes.

O fator primordial é o preço do DVD “pirata”, que chega a representar cinco por cento do valor do original. Os filmes piratas prejudicam não só o mercado de vídeo locação, como toda a indústria cinematográfica. Por causa dela, os prejuízos em impostos alcançam cifras extraordinárias, ultrapassando muitos bilhões de dólares no Brasil, além de provocar o desemprego em muitos setores do comércio e indústria.

Segundo o site da ABPD – Associação Brasileira dos Produtores de Discos, a pirataria consiste na violação dos direitos autorais. É a utilização, a venda, a distribuição ou o uso desautorizado de uma obra. Refere-se, principalmente, à prática de atos que ferem o direito intelectual e a propriedade autoral de marcas e patentes.

Assim, em relação ao objetivo do trabalho, “Analisar a influência da Internet em relação à pirataria no comércio cinematográfico.”, trago os seguintes pontos:

O panorama da pirataria no ramo de vídeo locação, um dos mais impactados por essa modalidade de crime, o que gerou um declínio, com risco de extinção deste segmento de mercado. O desgaste que a pirataria tem causado ao mercado de vídeo locação, nele incluído as grandes distribuidoras, o cinema e o mercado varejista.

A informalidade e a pirataria espantam os investimentos externos produtivos, geradores de desenvolvimento. Um país com elevados índices de informalidade e de desrespeito à propriedade intelectual é visto como um lugar inseguro para o capital, atraindo somente o investimento especulativo.

As grandes empresas têm procurado impedir que seus produtos sejam pirateados. Além de investirem em novas tecnologias que dificultem à pirataria, tem também investido em campanhas de esclarecimento do público e destinam parte da verba para ajudar os governos locais a aplicar as leis exigidas.

A pirataria é fruto da sociedade de consumo, onde o consumidor se vê obrigado a possuir produtos, mesmo que não sejam originais, para poder satisfazer suas necessidades. O produto pirata simboliza a busca do cliente em encontrar, nas tendências exigidas pela moda e pela sociedade, a satisfação e o reconhecimento social. A pirataria é um reflexo da falta de poder aquisitivo da população brasileira. Assim como na China, o consumidor brasileiro também busca satisfazer sua necessidade, mesmo que não seja com produtos originais. O que importa é o que aparenta ser e não o que efetivamente é.

E quando se refere às empresas, será que elas tem um alto lucro com a pirataria, os questionamentos são diversos, pois a falsificação vai desde roupas, produtos de informática e até peças automotivas. Em muitos casos, a falsificação é tão bem feita que o consumidor não consegue distinguir o verdadeiro do falso. A indústria dos produtos ilegais toma, cada vez mais um espaço dentro do comércio.

Porém a prática da pirataria prejudica também o próprio governo. É contrária à visão daqueles que compram, defendem e vendem produtos falsificados, e justificam o fato alegando que, embora haja o cometimento de infração, é uma forma de trabalho. Na verdade, a situação é oposta. Com o mercado informal de produtos pirateados, muitos empregos deixam de ser criados. por trás da pirataria está a sonegação de imposto. E esta sonegação representa, para as empresas que praticam o crime, uma brutal redução dos custos operacionais, fazendo com que as empresas que atuam na legalidade sofram uma concorrência desleal.

Segundo o site da ABPD – Associação Brasileira dos Produtores de Discos, a pirataria faz com que o Brasil perca aproximadamente R\$ 1 bilhão de reais por ano. Cerca de R\$ 20 milhões de brasileiros estão sem trabalho devido a este tipo de crime. No ramo da pirataria digital, o quadro é vexatório. De cada 10 DVD's vendidos no total, 5 são piratas.

A pirataria prejudica toda a cadeia produtiva do entretenimento: desde os grandes estúdios e cinemas, que presenciam a divulgação ilegal de filmes antes do lançamento comercial, até os vídeo locadores, que vêem o volume de locação reduzir-se, dia após dia, frente ao argumento do cliente de que pode adquirir um DVD “pirata” por preço igual ou inferior, com a vantagem de não necessitar devolver a mídia após assiti-la.

É necessária a elaboração de toda uma estratégia para se diminuir o índice de pirataria e elevar o índice de locações, tornando possível aos locadores de vídeo recuperar o mercado que lhes foi retirado com a prática contumaz deste ato criminoso. Esta estratégia não deve concentrar-se pura e simplesmente na apreensão das mídias clandestinas vendidas livremente nas cidades. Toda a cadeia envolvida no ramo de entretenimento, especificamente em relação aos filmes, deve engajar-se em desenvolver técnicas adequadas para reduzir o índice de pirataria no Brasil.

Resumidamente, seguem as principais considerações que fiz, a partir deste trabalho:

- A pirataria prejudica toda a cadeia produtiva do entretenimento;
- É necessária a elaboração de toda uma estratégia para se diminuir o índice de pirataria e elevar o índice de locações;

- Segundo o site da ABPD – Associação Brasileira dos Produtores de Discos, a pirataria faz com que o Brasil perca aproximadamente R\$ 1 bilhão de reais por ano;

- Os filmes piratas prejudicam não só o mercado de vídeo locação, como toda a indústria cinematográfica;

- A pirataria é uma grande mazela social e se desenvolve conjuntamente com a tecnologia. Milhares de empregos e bilhões de reais em arrecadação são perdidos, todo ano, devido ao crescimento do desrespeito aos direitos autorais;

- O fator primordial é o preço do DVD “pirata”, que chega a representar cinco por cento do valor original.

Nos tempos modernos, onde as pessoas trabalham cada vez mais, a indústria do entretenimento tem um grande futuro pela frente. Não se pode permitir que a ilegalidade venha a se beneficiar desse potencial de consumo, que gera cultura, renda, produto e emprego para o Brasil. Mas é necessário que esse crescimento ocorra dentro da legalidade. Assim como o cidadão sente-se injustiçado ao ser privado de um de seus bens, a indústria de entretenimento é injustiçada, por perder o resultado e esforço do seu trabalho.

REFERENCIAS

AMO, A. Crisis de Conservación. Oleadas de Destrucción. Comunicação oral apresentada no **FIAT/ IFTA World Conference**, Madrid, 28 de outubro de 2006.

ANCINE – Agência Nacional do Cinema. Lei de Direito Autoral - Lei 9610/1998. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/19610.htm Acesso em: 20 abril 2016.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília, DF: Senado, 1988.

BARROS, Aidil Jesus da Silveira e LEHFELD Neide A. de Souza. **Fundamentos de Metodologia Científica**. São Paulo: Makron Books, 2ª ed., 2000.

CASTELLS, Manoel. **A galáxia da Internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003

CARRASCO, Ney. **A Infância Muda: a música nos primórdios do cinema**. OuvirOUver. Uberlândia: Universidade Federal de Uberlândia, n.1, 2005.

COSTA. Ligia Maura. RAE - **Revista de Administração de Empresas** . São Paulo, v. 41 . n. 1. Jan./Mar. 2001

COSTA. Felipe Cruz da. **Pirataria e o Declínio de Mercado de Vídeo Locação**. Brasília, Maio de 2007.

Disponível em:

<http://www.repositorio.uniceub.br/bitstream/123456789/1781/2/20277483.pdf>

Acesso em: 14.04.2016.

HISTÓRIA DO DVD. Disponível em: <http://www.artdisc.com.br/index.php?p=historia-do-dvd>

Acesso em: 14.04.2016.

DEL RE Filippo, Denise. **Bem-vindo à Internet**. Rio de Janeiro: Brasport, 1996.

EXPONENCIAL CONCURSOS

Disponível em: <http://www.exponencialconcursos.com.br> Acesso em 09 junho 2016.

G. O. Young, “Blu-ray Disc Demystified”, McGraw-Hill, 2009

Disponível em:

http://www.img.lx.it.pt/~fp/cav/ano2011_2012/Trabalhos_MEEC_2012/Artigo21/web_site/Artigo_Grupo21.pdf

Acesso em: 18.04.2016.

GIL, Antonio Carlos. **Projetos de Pesquisa**. São Paulo: Atlas, 1991.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa**. São Paulo: Atlas, 5º ed., 1999.

GUEDES, Gildásio; ROSA, Liana. Introdução a internet: a internet como ferramenta de trabalho. Disponível em: Acesso em: 14.04.2016.

LAKATOS Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Técnicas de Pesquisa**. São Paulo: Atlas, 4ª ed. 1999.

LEVY, Pierre. **As tecnologias da inteligência: o futuro do pensamento na era da informática**. Rio de Janeiro: Editora 34, 1993.

LEÃO, Pedro. **Mercado de videolocadoras encolheu 60% em 5 anos**. 2010 – GLOBO. Disponível em: <http://eptv.globo.com/noticias/noticias_interna.aspx?305921> Acesso em: 15 abril 2016.

MASCARELLO, Fernando. **História do cinema mundial**. Campinas, SP: Papirus, 2006.

PELLANDA, N. M. C., PELLANDA, E. C. (Orgs.). **Ciberespaço: um hipertexto com Pierre Lévy**. Porto Alegre: Artes e Ofícios, 2000.

PRIMO, Alex. Interação mediada por computador. Porto alegre, 2003. 1CD. INTERAÇÃO MEDIADA POR COMPUTADOR. Disponível em: <http://www6.ufrgs.br/limc/livroimc/cdrom.htm>. Acesso em 11 abril 2016.

RIBEIRO. Leila Beatriz. **Minha querida VHS: a Contribuição Técnica para uma História do Audiovisual. Encontro nacional de História de mídia**. Agosto. Fortaleza - CE. 2009. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/encontros-nacionais/7o-encontro-2009-1/Minha%20querida%20VHS.pdf> Acesso em: 17 abril 2016.

REVISTA ÉPOCA. Disponível em: <http://revistaepoca.globo.com> Acesso em 09 junho 2016

RIO 2016. Disponível em: <http://www.rio2016/educacao> Acesso em 09 junho 2016.

Disponível em: <http://docplayer.com.br/6125851-Produzindo-e-divulgando-fotos-e-videos-aula-1-criando-um-video.html> Acesso em: 18.04.2016.

SOUZA, Carlos Fernando Mathias de. **Direito autoral: legislação básica**. Brasília: Livraria e Editora Brasília Jurídica, 1998.

SEBRAE/PE - **Vídeo Locadora: Estudo da Atividade Empresarial**. 2004. Disponível em:

<[http://201.2.114.147/bds/BDS.nsf/63DDF5BAFDD4B00E83256E8300740B33/\\$File/NT00048B76.pdf](http://201.2.114.147/bds/BDS.nsf/63DDF5BAFDD4B00E83256E8300740B33/$File/NT00048B76.pdf) >

Acesso em: 20 abril 2016.

VAN BOGART, J. W. C. **Armazenamento e manuseio de fitas magnéticas – um guia para bibliotecas e arquivos**. Rio de Janeiro: Projeto conservação preventiva em bibliotecas e arquivos – Arquivo Nacional, 1997.

VILHA, Ana patrícia Morales; Di Agustini, Carlos Alberto. **E-marketing para bens de consumo durável**. Rio de Janeiro. Editora FGV. 2002.