



# REDES SOCIAIS E A DESPROTEÇÃO DA PROPRIEDADE INTELECTUAL NA INDÚSTRIA DO CINEMA: USUÁRIOS DO FACEBOOK BRASIL

*Carlos Tadeu Santana Tatum,  
Marta Jeidjane Borges Ribeiro,  
Mário Jorge Campos dos Santos,  
João Antonio Belmino dos Santos*  
**10.7198/8-857822-524-4-01009**

## **Resumo**

As redes sociais despontam como uma das ferramentas mais utilizadas na divulgação de serviços e produtos, neste contexto do mundo digital, incluem-se também produtos contrafeitos. Esta pesquisa foi referenciada por recentes literaturas nacionais e internacionais como meio de uma revisão bibliográfica. Complementou-se com pesquisa de campo através de buscas virtuais, por meio de estudo de caso aplicado à rede social *facebook*. Verificaram-se perfis de fornecedores e clientes e sua relação de oferta e demanda quanto à comercialização de cópias ilegais de produtos protegidos por direitos autorais e de proteção intelectual. O objetivo deste estudo foi investigar a contrafeição em meio às redes sociais. Conclui-se que as leis nacionais e internacionais de proteção intelectual são contrariadas, publicizando a ilegalidade e confrontando o Estado.

## ***Introdução***

É notório que as redes sociais despontam como uma das ferramentas mais utilizadas na divulgação de serviços e produtos, neste contexto do mundo digital, incluem-se também produtos contrafeitos.

As redes sociais tem um poderio tão considerável que grandes empresas formais dos diversos segmentos, como exemplo de roupas, cosméticos, brinquedos, filmes, músicas e tantos outros, desenvolvem ações de Marketing especialmente para o mundo desta mídia de comunicação.

No contexto científico para as mídias sociais, registra-se projeto que sugere a construção de um modelo de divulgação contendo estratégias de disseminação seletiva da informação científico-técnica disponível nos documentos de patente (MARAVILHAS, 2014).

Maravilhas (2014) explica que a literatura de patentes é a maior fonte de informação tecnológica disponível em todo o mundo, constituindo o maior repositório de conhecimento técnico possuidor de um valor incalculável.

Nesse sentido, uma vez pesquisado um produto na academia que foi desenvolvido e transformado em produto pela indústria, justifica-se este trabalho pela necessidade de analisar os pontos negativos e positivos que incorrem se houver uma cópia desta inovação desrespeitando os direitos autorais, as consequências de um produto contrafeito vendido nas redes sociais, os mecanismos de proteção e, averiguar como fazer para proteger o que já se divulgou nas redes sociais e se ocasiona perdas ao divulgar os produtos em redes sociais.

Portanto, considerando-se os questionamentos apontados como agentes motivadores suficientes, o objetivo deste estudo foi investigar a contrafeição em meio às redes sociais.

## **Referencial Teórico**

### ***O Crime da Contrafação e as Redes Sociais***

Webster (1928) conceitua contrafação como:

1. Forjar; copiar ou imitar, sem autorização ou para a direita, e com o objetivo de enganar ou fraudar, passando a cópia ou coisa forjada, pois o que é original ou genuíno; como, a moeda falsa, notas de banco, um selo, uma ligação, uma escritura ou outro instrumento por escrito, a escrita a mão ou a assinatura de outro, & c. Para fazer uma semelhança ou semelhança de qualquer coisa, com vista à prática de fraudes.

De quaisquer formas, sabe-se que há correlação direta na semântica entre os vocábulos contrafação e fraude; que por meio de fraude inclui quaisquer atos ilícitos que usam o engano, fraude ou falsificação, a fim de adquirir bens, benefícios financeiros ou privilégios em detrimento de indivíduos ou organizações privadas ou públicas (DUPONT; FORTIN; PIERRE-ERIC; NANCY, 2011).

Quanto às redes sociais, Recuero (2012) explica que, pode-se processar um conceito diferente quando se mencionam os aspectos *online/off-line*, sendo que para os conceitos redes sociais *off-line* podem ser encontrados como estruturas de atores formados em grupos, relacionando-se com algum objetivo em comum, enquanto que *online* sua diferença são os rastros gerados, publicados e arquivados e, portanto, recuperáveis e buscáveis. E, ainda, a própria representação do grupo social no mundo virtual altera o relacionamento do grupo em si.

Conforme a World Intellectual Property Organization – WIPO (2014), a Propriedade Intelectual, refere-se a:

[...] criações da mente: invenções; obras literárias e artísticas; e símbolos, nomes e imagens usadas no comércio. propriedade intelectual é dividida em duas categorias:

**Propriedade Industrial** inclui patentes de invenções, marcas, desenhos industriais e indicações geográficas.

**Direitos de autor** abrange obras literárias (como romances, poemas e peças), filmes, música, obras artísticas (por exemplo, desenhos, pinturas, fotografias e esculturas) e projeto arquitetônico.

**Direitos conexos** aos direitos de autor incluem aqueles de realização artísticas em suas performances, produtores de fonogramas em suas gravações, e emissoras de rádio em sua e programas de televisão.

## *Os Tipos de Redes Sociais*

Arbeláez (2011) explica que divide-se em três categorias as redes sociais:

**Redes pessoais:** formada por milhares de usuários em que cada um tem o seu pequeno “espaço” com as suas informações, fotos, músicas etc., e que todos podem relacionar-se uns com os outros, citando o *Facebook* como uma rede pessoal digital.

**Redes temáticas:** Semelhantes ao anterior, mas diferem no que tange a tópicos específicos como grupo de redes sociais de cinema, computador, esporte etc.

**Redes profissionais:** dedicada exclusivamente para o local de trabalho, em todos os seus aspectos. Eles podem colocar em entre em contato com aqueles que oferecem trabalho com aqueles que buscam a criação de grupos pesquisa, entre outros.

## A Rede Facebook

Atualmente endereçada pela URL <http://www.facebook.com>, esta rede conta com maior contingente mundial de usuários, sendo a principal rede também utilizada aqui no Brasil, destacando-se sua estatística também com maior compartilhamento de informações do mercado e maior tempo gasto via dispositivos móveis, conforme demonstra Statista (2015), na Tabela 1.

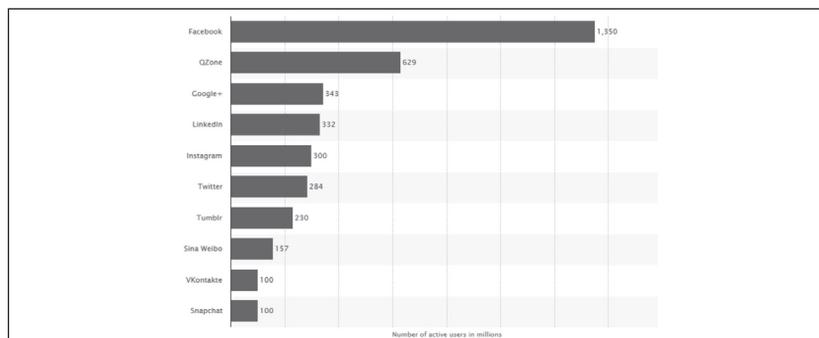
**Tabela 1.** Estatística da Rede Social Facebook

Facebook	Valores
Número de usuários ativos no <i>facebook</i> no mundo	1.35bn
Percentual global da população online usando <i>facebook</i>	38.6%
Mercado compartilhado do <i>facebook</i> baseado no compartilhamento de visitas para os sites de redes sociais	38.66%
Tempo gasto no Facebook via dispositivos móveis	68%

Fonte: Statista – The Statistical Portal  
<http://www.statista.com/topics/1164/social-networks/>. Janeiro de 2015

Ainda conforme Statista (2015) é possível verificar a quantidade de usuários ativos mundialmente, em redes sociais.

**Figura 1** – Quantidade de usuários (em milhões) ativos em redes sociais mundialmente em dezembro de 2014.



Fonte: Statista – The Statistical Portal. Janeiro 2015.

Observa-se o potencial da rede social *facebook*, frente a outras redes sociais, levando-se em conta sua amplitude, e por conseguinte, extraí-se indutivamente o crescente compartilhamento de dados (Figura 1).

### ***O Poder das Mídias nas Redes Sociais***

O poder das mídias no mundo digital atualmente é um problema que afeta o direito autoral de forma impactante para a sociedade, prova disso, relata-se que:

Um dos grandes problemas de mercado, enfrentados pela indústria cinematográfica e da música, é a velocidade da distribuição entre os internautas ou vendedores ambulantes que reproduzem inúmeras cópias e comercializam a um preço simbólico se comparado ao das cópias originais, o que é muito comum nas ruas de qualquer cidade do Brasil. Um lançamento de filme chega aos camelôs quase que simultaneamente com o cinema, graças aos equipamentos que podem ser considerados hoje como domésticos (JÚNIOR, 2013).

Segundo Santos (2013):

As ferramentas oferecidas pela web conduziram, gradualmente, à democratização dos processos de gravação e distribuição, que provocaram uma alteração nas estratégias tradicionais da indústria musical. A introdução dos *P2P* e outros serviços semelhantes contribuíram para o aumento da pirataria, mas também possibilitaram aos músicos a partilha de música directamente com os ouvintes. [*in sic*]

## ***Direitos Lesionados nas Redes Sociais***

Cassanti (2014) aponta que nas redes sociais podem-se encontrar perfis roubados ou clonados, isso faz com que se observe o crime de falsidade ideológica entremeado ao crime direito autoral. Da mesma forma (SANTOS, 2013) afirma que há violação com a introdução dos P2P e, por outro lado, a rede social de músicas *MySpace*<sup>7</sup> criou um canal alternativo de distribuição e promoção para a indústria musical aumentando as possibilidades de democratização sonora, ampliando-se ainda com a incursão da tecnologia Napster que utilizando o *Facebook* como meio de divulgação ultrapassa milhões de megabytes em tráfegos diário de áudio em .MP3.

## ***Mecanismos do Facebook a Favor da Proteção aos Direitos do Autor***

Observa-se que em verdade fazer o rastreamento de todo sistema de informação de dados que são trocadas pela complexa rede multidimensional do *Facebook* são tarefas árduas se fosse contar apenas com mão-de-obra da equipe de profissionais da corporação, mas observa-se que a empresa criou um meio em que o próprio usuário faz parte da descriminalização da informação que leva o usuário ao desrespeito do direito autoral, por meio de mecanismos de denúncia, a exemplo do link “denunciar grupo” quando a página é de um grupo de usuários, ou o link “denunciar” quando está na página de perfil de um usuário qualquer.

O que acontece quando alguém é denunciado no Facebook, há uma análise da denúncia e removemos qualquer conteúdo que não siga os *Padrões da comunidade do Facebook*. não incluindo qualquer informação sobre a pessoa que fez a denúncia. E, ainda, há um alerta da entidade que diz: “denunciar um conteúdo no *Facebook* não garante a remoção do conteúdo. É possível que você encontre no *Facebook* conteúdos com os quais não concorda, mas que não violam os *Termos do Facebook*.” (FACEBOOK, 2015).

O que acontece é que deverá haver participação do usuário na tentativa de fazer valer o direito a proteção, e para isso o maior interessado é o próprio produtor da película, o qual deve por interesse próprio fazer sua fiscalização e denúncia, pois, verifica-se que muitos usuários curtem as páginas que publicizam links de .torrents, P2P, servidores de downloads afim de divulgarem e apoiarem a quebra dos direitos autorais.

O *Facebook* ainda disponibiliza publicamente em seu site as Normas da Comunidade do *Facebook*, com objetivo de fazer o usuário entender que tipo de expressão é aceitável e que tipo de conteúdo pode ser denunciado e removido, dentre eles: a Propriedade Intelectual, o qual descreve o item da norma: “Antes de publicar conteúdo no *Facebook*, verifique se você tem o direito de fazer isso. Solicitamos que você respeite direitos autorais, marcas comerciais e outros direitos legais.”

Dentre a série de procedimentos para que o *Facebook* bloqueie um perfil, a análise criteriosa envolve uma avaliação por sua equipe atendendo 24 idiomas, o nível de potencial gravoso da informação e se a informação procede de uma conta hacker ou falsa.

A empresa ainda disponibiliza para melhor entendimento por parte do usuário um infográfico para conduzir o denunciante de como é tratada a informação da denúncia, demonstrando zelo pelo perfil que poderá ser bloqueado (Figura 2).



## **Metodologia**

O trabalho exposto foi resultado de uma pesquisa embasada em revisão de literatura, caracterizando-se metodologicamente por ser bibliográfica documental, o qual se estruturou a partir de buscas pela internet, selecionando artigos, dados estatísticos e relatórios corporativos por meio de sites de instituições privadas e públicas.

Ampliou-se ainda a pesquisa, realizando uma prospecção com palavras-chaves no site de rede social *facebook*, encontrando características nas variáveis de oferta e demanda, denotando possíveis violações de seus usuários na questão do direito autoral.

As informações coletadas foram analisadas, por conseguinte, os dados foram tabulados e puderam ser objetos de comprovação, ressaltando que a rede social do facebook contribuiu indiretamente para a publicidade da informação.

Dentre as variáveis que formam o elenco do objeto de estudo, encontram-se: nome do perfil do usuário ou do grupo, quantidade de aprovação dos usuários que estão conectados à rede através das curtidas, quantitativo de participantes, indicação de links para sites que possibilitam baixar arquivos de som e imagem e o tipo de perfil da página se é individual ou de perfil grupal.

Para se constatar os possíveis resultados de quebra ao direito autoral, destacou-se diálogos encontrados nas páginas, fortalecendo a evidência do perfil comunicacional e suas características.

## **Desenvolvimento**

### **Prospecção**

A prospecção utilizou-se de palavras-chaves: *dvd*, filmes, *torrent*, baixar. Resultou em informações tabeladas para perfis que demonstram menção a possíveis indicações de contrafação (Tabela 01).

Quanto ao número de curtidas, verificou-se que o perfil com menor quantitativo de curtida foi o Downloads de filmes e Torrent Brasil (0,49%) e, os perfis preferidos foram os Torrents organização sem fins lucrativos, Baixar Torrent e Baixar Filmes dublados via torrente, pois correspondem a 84% do total de usuários, destes destacou-se o perfil Baixar Torrent (49%). Observou-se também que, a maioria dos usuários é de perfil individual e que indicam links para sites externos (Tabela 1).

**Tabela 1.** Perfis que mencionam links e discussões para divulgação de filmes que possam ser baixados sem autorização do autor

Nome do Perfil	Nº de curtidas	Nº de participantes	Indicação de links para sites externos	Perfil Individual	Perfil de Grupo
Share film HD DVD. Cac the loal	Informação não disponível	17	Informação não disponível		X
Torrent BD	Informação não disponível	19.979	Informação não disponível		X
Filmes em torrents	5148	Informação não disponível	Sim	X	
Filmes em HD2	25.070	Informação não disponível	Sim	X	
Filmes em hd online	10.992	Informação não disponível	Sim	X	
Downloads de Filmes e Torrent Brasil	1.315	Informação não disponível	Sim	X	
Torrents organização sem fins lucrativos	45.252	Informação não disponível	Sim	X	
Baixar Torrent	130.366	Informação não disponível	Sim	X	
Baixar Filmes dublados via torrent	47.880	Informação não disponível	Sim	X	
Total usuários	266023	19.996			

Fonte: Facebook.com.

Produção própria dos autores. Janeiro de 2015.

Com intuito de se observar o potencial de usuários que seguem os perfis apontados no estudo, destaca-se com maior resultado o perfil *baixar torrent* que sozinho ocupa a liderança perante outros com 49% de maior quantidade curtida.

O perfil *baixar torrent*, destaca-se na página “sobre” uma descrição curta de sua página com o seguinte recorte:

“Baixar filmes series animes gratis em torrent e http com a mais alta qualidade atualizações diarias em filmes e Series lançados no formatos dualAudio,DVD-R,DVD-Rip,BLU-Rey,HDTV.AVI, Bluray-R, ENTRE AGORA!” [sic] (Baixar Torrent)

### ***Diálogos na Rede***

Conforme a pesquisa e, dentre os perfis mencionados, foram encontrados trechos que puderam evidenciar a forma tranquila de comunicação, apresentando o processo de ruptura do direito autoral, integrando-se a democrática liberdade de expressão (Figura 3).

Janeiro de 2015

Destacam-se alguns trechos (Figura 3):

“Solicito se possível para download o link em versão torrente ISSO completo dublado do dvd do Digimon ou Yu gi oh, obg, e aguardo retorno.” [sic]

“Olá! Vc tem o Pnto de Partida (Power Blue)? Obg. [sic]

“Coloquem o filme guardiões da galáxia” [sic]

**Figura 3.** Manifestação de usuários trocando informações de como baixar filmes gratuitamente



Fonte: Perfil do usuário do facebook "downloads-de-filmes-e-series-torrent-brasil".

### Considerações finais

Diferentemente do que se faz os que buscam as leis de proteção intelectual, observa-se nas redes sociais que há os membros que incitam, publicam, orientam e distribuem links que permitem facilmente usuários terem acessos aos produtos que são lançados às vezes antes mesmo de chegar no mercado para o acesso ao público a custo zero, impactando-se diretamente nas produtoras e distribuidoras de filmes mesmo que

não seja de interesse das redes sociais a exemplo do *Facebook*, mas acabam por desempenhar um malefício social ainda que de forma indireta.

Considerando a abordagem teórica de (ARBELÁEZ, 2011) a rede virtual do *facebook* atende as três categorias: pessoais, temáticas e profissionais, e por discursos encontrados nos perfis de divulgações de filmes no *facebook*, observou-se diálogos ora pessoais, ora temáticos, enquanto que seguindo (RECUERO, 2012), pode-se afirmar que o *Facebook* caracteriza-se por rede social on-line.

Quanto aos direitos lesionados a rede social *Facebook* preocupa-se com os perfis de seus usuários na questão de perfis *hackeados* ou falsos apontados por (CASSANTI, 2014), apontado pelo infográfico “O que acontece quando você denuncia algo?” na figura 3.

Percebe-se ainda que no infográfico que relata como denunciar uma página no *facebook*, menciona-se preocupações com proteções primárias do direito a vida, priorizando o bloqueio de páginas que incitem ameaças a vida própria ou de terceiros, perfis que incitem a venda ou comércio de bebidas e drogas, conteúdos suicidas, ameaças a vandalismo, uso de drogas ilegais, alto-mutilação. No entanto, não se observa informações pertinentes sobre bloqueios a páginas que quebrem os direitos autorais ou da propriedade intelectual e, que resultem numa preocupação secundária diante dos citados anteriormente.

Observou-se uma convivência na ruptura dos direitos autorais dentre os perfis de quem origina a informação e de quem “curte” a mensagem para seguir o perfil fornecedor dos *links* para baixar os arquivos, de modo que o diálogo aberto é a prova material na relação emissor e receptor da mensagem.

## **Referências bibliográficas**

Arbeláez, J. D. (10 de Fevereiro de 2011). Análisis de los delitos informáticos presentes en las redes sociales en Colombia para el año 2011 y su regulación. **Catálogo Odin**, Calle 10 A No. 22 - 04(22).

Brasil. Congresso Nacional. (1996). Lei 9.279/96 - Regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial.

Brasil. Lei n. 9279, de 3 de maio de 1996. Torna obrigatório a inclusão de dispositivo de segurança que impeça a reutilização das seringas descartáveis. **Lex**: Coletânea de Legislação e Jurisprudência, São Paulo, v. 60, p. 1260, maio/jun., 3. trim.1996. Legislação Federal e Marginalia.

Cassanti, M. d. (2014). **Crimes virtuais, vítimas reais**. Rio de Janeiro, RJ, Brasil: Brasport livros e multimídia Ltda.

Dupont, B., Fortin, F., Pierre-Eric, L., & Nancy, R. (2011). **La fraude via les médias sociaux**. (P. B. Dupont, Ed.) Acesso em 12 de Dezembro de 2014, disponível em <http://www.benoitdupont.net/sites/www.benoitdupont.net/files/Fraude%20m%C3%A9dias%20sociaux%202011.pdf>.

Facebook. (2015). **Denunciar algo**. Acesso em 05 de Janeiro de 2015, disponível em Facebook: <http://www.facebook.com/help/448016908560157/>.

Facebook. (s.d.). **Padrões da comunidade do Facebook**. Acesso em 05 de Janeiro de 2015, disponível em Facebook: <http://www.facebook.com/communitystandards>.

Júnior, Dario de Azevedo Nogueira. "Direitos autorais ea pirataria: uma polêmica na realidade virtual." **Revista FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia** 20.1 (2013): 47-68.

Maravilhas, S. (2014). MODELO PARA DISSEMINAR INFORMAÇÃO DE PATENTES USANDO MÍDIAS SOCIAIS. **Revista GEINTEC - gestão, inovação e tecnologias**, 4(4), 1442-1451.

Recuero, R. (2012). **Contribuições da Análise de Redes Sociais para o Estudo das Redes Sociais na Internet**: O caso da hashtag #Tamojuntodilma e #CalaabocaDilma. *Revista Fronteiras*, 16, 1.

Santos, A. T. (2013). **Distribuição e consumo de música na era da internet**: a internet como veículo de aproximação entre artistas e públicos. (I. B. School, Ed.) Acesso em 12 de Dezembro de 2014, disponível em <http://hdl.handle.net/10071/7775>.

Santos, A. T. (2013). *Distribuição e consumo de música na era da internet: a internet como veículo de aproximação entre artistas e públicos*. Acesso em 04 de Janeiro de 2015, disponível em <http://hdl.handle.net/10071/7775>.

Statista. (2015). **Social Media & User-Generated Content**. Acesso em 04 de Janeiro de 2015, disponível em Statista.com: <http://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>.

Webster, Noah. **American Dictionary of the English Language** (1828 Facsimile Edition). Disponível em <<<http://1828.mshaffer.com/d/word/counterfeit>>>. Acesso em 30/11/2014. ISBN-13: 978-0912498034.

World Intellectual Property Organization - WIPO. (2014). **What is Intellectual Property?** Geneva, Suíça: World Intellectual Property Organization.