

Miradas periféricas

Las nuevas epistemologías de la Comunicación en Brasil y en Portugal

Rosana Martins
Heloisa Buarque de Hollanda
Rodrigo Saturnino
(Eds.)

11

Miradas Periféricas

Las nuevas epistemologías de la Comunicación en Brasil y en Portugal

Rosana Martins
Heloisa Buarque de Hollanda
Rodrigo Saturnino
(Eds.)



Institut de la Comunicació
Universitat Autònoma de Barcelona

Direcció

José Luis Terrón, Universitat Autònoma de Barcelona

Comité académico

Carmen Echazarreta, Universitat de Girona

Mònika Giménez, Universitat Pompeu Fabra

Jordi Farré, Universitat Rovira i Virgili

Gustavo Cardoso, OberCom

Rita Espanha, OberCom

Nelson Zagalo, Universidade do Minho

José Carlos Lozano, Texas A&M International University

Tanis Karan, Universidad Autónoma Ciudad de México

Laura Regil, Universidad Pedagógica Nacional

Angel Badillo, Universidad de Salamanca

Marta Martín, Universidad de Alicante

Rosana Martins, Heloisa Buarque de Hollanda, Rodrigo Saturnino (Eds.) (2016): *Miradas Periféricas. Las nuevas epistemologías de la Comunicación en Brasil y en Portugal*. InCom-UAB Publicacions, 11. Bellaterra : Institut de la Comunicació, Universitat Autònoma de Barcelona. ISBN 978-84-944171-7-7



© Institut de la Comunicació (InCom-UAB)
Universitat Autònoma de Barcelona
Campus UAB - Edifici N, planta 1.
E- 08193 Bellaterra (Cerdanyola del Vallès)
Barcelona. Espanya
<http://incom.uab.cat>
ISBN: 978-84-944171-7-7



ÍNDICE

	Prefacio – Mover epistemologías: en el contexto de la cultura digital y de la metrópoli comunicacional	9
	Massimo Canevacci	
	Alargar la visión, de extras a protagonistas de acción: notas introductorias	15
	Rosana Martins, Heloísa Buarque de Hollanda, Rodrigo Saturnino	
1	Medios comunitarios y nuevas construcciones periféricas sociales en Brasil	25
	Rosana Martins	
2	La cobertura periodística del Día Internacional de las Mujeres en la prensa portuguesa: cambios, persistencias y reconfiguraciones	51
	Carla Cerqueira y Rosa Cabecinhas	
3	Periferia en vivo: democratización de los medios y socialización de la información a través del Hip Hop maranhense	71
	Rosenverck Estrela Santos	
4	La territorialización de la información: un análisis alperiodismo en las radios locales portuguesas	92
	Luis Bonixe	
5	Medios, políticas públicas e identidades: guerras ontológicas y comercio cultural en el universo quilombola	111
	Ana Stela de Almeida Cunha	
6	Internet y redes migratorias transnacionales: narrativas de la diáspora en Brasil como país de inmigración	125
	Denise Cogo	
7	Los cines que hablan portugués: el concepto de cine nacional, identidad y resistencia	152
	Leandro José Luz Riodades de Mendonça	
8	Las nuevas identidades políticas de la sociedad digital	168
	Rodrigo Saturnino	
9	Inclusión del tecnobrega en los nuevos procesos de circulación cultural	192
	Lydia Gomes de Barros	

10	Los blogs como medios de comunicación política Joaquim Paulo Serra	214
11	Devociones Jorge Martins Rosa	234
12	Una crítica de la economía de la información en la era de los medios digitales José Luis García	255
13	Entre ciudades materiales y digitales: esbozos de una etnografía de los flujos del arte urbano en Lisboa Glória Diógenes	267
14	La erosión de la idea de autoría Heloisa Buarque de Hollanda	290
	Sobre los autores	298

Agradecimientos

Queremos aprovechar esta oportunidad para agradecer a cada uno de los autores su destacada contribución en el desarrollo de esta publicación. Estamos felices por el entusiasmo y fascinación con los que cada uno de los investigadores asumió el esfuerzo de observar y analizar las distintas y renovadas formas en las que son utilizados los *media* por la sociedad civil luso-brasileña, lo que derivó en un resultado inspirador y generador de debates teóricos en torno a esta cada vez más relevante temática.

Agradecemos profundamente a María Cristina Antunes y Carla Carbone por el apoyo en el la traducción de este libro, a Ximena Andrea Póo Figueroa y Marcelo Valdebenito por colaborar en la revisión del texto.

Especial agradecimiento al profesor Dr. Massimo Canevacci de la Università La Sapienza di Roma, Italia, e Instituto de Estudios Avanzados de la Universidade de São Paulo, Brasil, por la fascinante contribución en el prefacio de este libro, cuya atención estimulante estuvo siempre presente en la búsqueda de una mejor comprensión del papel de la sociedad civil en la formulación, gestión e implementación en el uso de los *media*, en la contemporaneidad, en un proceso, por así decir, cada vez más participativo, concientizador y problematizante.

Queremos también hacer un especial agradecimiento a la profesora Denise Cogo de la Escuela Superior de Publicidad y Marketing (ESPM), Sao Paulo, Brazil, por la colaboración en ponernos en contacto con el Director del Instituto de la Comunicación de la Universidad Autónoma de Barcelona y director del Observatorio de Comunicación y Salud del InCom-UAB, Dr. José Luis Terrón, que prontamente abrazó este proyecto, motivo por lo cual fue posible su edición por medio del InCom-UAB – Instituto de la Comunicación de la Universidad Autónoma de Barcelona.

Finalmente, nuestro más profundo reconocimiento a la Fundação Portuguesa para Ciência y Tecnologia (FCT) por su aporte en el financiamiento de este trabajo.

Rosana Martins
Heloísa Buarque de Hollanda
Rodrigo Saturnino

Las nuevas identidades políticas de la sociedad digital

Rodrigo Saturnino

Introducción

Recientes investigaciones en el campo de las Ciencias Sociales han dedicado una significativa atención hacia los conflictos entre el mercado y la piratería en el contexto de la información digital (Vaidhyathan, 2003; Strangelove, 2005; Gantz & Rochester, 2005; Lessig, 2008, 2004; Johns, 2009; Mason, 2009; Kernfeld, 2011; Higgins & Marcum, 2011; Decherney, 2012; Castells & Cardoso, 2013; Belisário & Tarin, 2013). En estos estudios es común encontrar acepciones conjeturales respecto a los impactos y los efectos de estas prácticas sociales en relación con la producción, la circulación y la distribución de bienes y servicios. Estas hipótesis, basadas en el interés, la racionalidad y la utilidad, pueden ser divididas en, por lo menos, tres perspectivas: 1) aquella que entiende la piratería como responsable por el retraso del crecimiento económico; 2) otra que cuestiona la imposibilidad de la mercantilización de la información; y 3) aquella que justifica los beneficios de la libre circulación de los bienes informacionales (datos informáticos, músicas, películas, juegos, libros, patentes, *software*) como un factor esencial para capacitar las personas y crear nuevos modelos de negocio. El fenómeno, ya muy bien detallado en estos estudios, se atribuye, principalmente, a la digitalización de la información y el bajo costo de los artefactos tecnológicos, dos factores que revolucionaron la interacción social con los bienes informacionales. El mismo avance intensificó las competencias económicas, políticas y jurídicas en el contexto de producción no-autorizada de estos bienes. Sobre todo, las divergencias fueron acentuadas debido a la facilidad de reproducción y circulación de la información digital y a las dificultades de excluir a terceros de estos procesos.

A pesar de las diversas perspectivas acerca de la piratería, la práctica - a considerar como el camino histórico por lo cual fue socialmente construida -, es considerada un crimen de violación al monopolio en variadas instancias. En los casos que involucran la información, ella se relaciona, específicamente, a la idea de la propiedad intelectual (Jonhs, 2009; Schweidler & Costanza-Chock, 2005). Generalmente, el argumento de los que defienden la antipiratería es resumido por el

argumento de que su práctica perjudica a los autores, ya que les quita el derecho de disfrutar, financieramente, de su trabajo porque no estarían recibiendo lo que les pertenece –derecho de autor– a través de este tipo de consumo. Esta argumentación interpretativa ha sido fuertemente cuestionada. Quien la critica resalta que la inoperancia de los aparatos jurídicos, en el intento de suprimir-o lo que Boyle (2008) nombró como *fracaso* en el mercado digital-, visiblemente, ha privilegiado no solamente el interés empresarial en la privatización de la información, como también ha utilizado el propio recurso legal, basado en la génesis de la propiedad privada, para justificar la creación de políticas de monitoreo y vigilancia de los usuarios de Internet. En esta perspectiva, algunos autores defienden que, en la mayoría de los casos en que la cuestión ha sido pública, la acusación recae en estructuras que están por sobre el consumidor, pues faltan en la legislación internacional diferenciaciones específicas respecto a la circulación de la información digital al nivel de las interacciones privadas, independientemente de que éstas sean definidas por el dinero o no (Lemos, 2005; Lessig, 2008, 2004; Postigo, 2012).

A la vez, la ausencia de ordenamientos jurídicos compatibles con la realidad, por ejemplo, de la arquitectura de la Internet y con el consecuente cambio en la ética de los usuarios, ha intensificado el conflicto de derechos entre propietarios y consumidores. O sea, la comercialización de la información como bien suscrito a la lógica capitalista de la propiedad privada no establece una dialéctica coherente con la idea clásica de mercancía ya que solamente concede usufructo limitado al consumidor/comprador. Por otro parte, cuando encontramos intentos de diferenciaciones, ellas no son consideradas, en buena parte de los estudios, como prácticas legitimadas. Son, de esta manera, categorizadas como instrumentos de *lobby* económico de empresas interesadas en el aumento de los flujos de datos informáticos y en el consumo de sus productos.

Las ambigüedades siguen. Además de las medidas coercitivas y legales disponibles para el combate a la piratería digital, otro recurso muy utilizado para justificar la caza a los piratas, se ha afirmado por medio de la arbitrariedad de la propaganda. La estrategia, utilizada desde los años predecesores de la piratería marítima, complementa el discurso de la inmoralidad de la copia no-autorizada al apoyarse en intensas campañas educativas, pulverizadas por los grandes medios, elaboradas a partir de la asociación directa y despreciativa de la imagen mítica y marginal de los piratas, la que fue, desfiguradamente, socializada a través del robo y del crimen. La estrategia del *marketing* de la industria basada en las leyes del *copyright* y, por consiguiente, la influencia que ejercen sobre el ordenamiento jurídico internacional, ha orquestado el imaginario popular respecto a los riesgos de la piratería, transformando la opinión pública en cómplice de la iniciativa privada en el proceso de exigencia del fortalecimiento de las medidas legales reparadoras.

Las fronteras de simplificación de la piratería como delito y práctica desviante han sido respondidas también a través de nuevos enfoques y nuevos movimientos sociales que luchan por el reordenamiento del campo semántico de la ley en relación al *capitalismo informacional* (Schiller, 1999; Castells, 2007). Estos fenómenos, tales como el movimiento de los *hackers*, del *Software Libre*, de los *Creative Commons*, del *Copyleft*, *Wikileaks*, del activismo de Julian Assange, Edward Snowden y Chelsea Manning (Bradley) y, finalmente de los Partidos Piratas, parecen establecer un esbozo de negación de las relaciones monopólicas y territoriales de la información (Stallman, 2002; Gorz, 2005; Vergne, 2013). Estos grupos sociales, que Durand y Vergne (2013) nombraron como *organizaciones piratas*, interpretan la piratería no solamente como un problema económico, sino principalmente como una situación mal resuelta de la geopolítica internacional.

Ante el cuadro presentado, en este capítulo elegí destacar algunas acciones afirmativas del Movimiento de los Partidos Piratas, adelante llamado MPP, a fin de comprender cómo su discurso se mueve por el intento de reordenar la mirada y los sentidos normativos de la piratería para, de esta manera, fortalecer sus tesis y afirmar una nueva identidad política. Metodológicamente, el texto fue elaborado a partir de un análisis cualitativo basado en los documentos oficiales, algunas piezas de propaganda y en una fracción del material recogido a través de charlas y encuestas realizadas con miembros de los Partidos de Alemania, Brasil, Portugal y Suecia entre los años 2012 y 2013. Aunque hay diferencias entre los partidos, en particular en el contexto de su oficialización como institución partidista, como es el caso de Brasil y Portugal, hay que destacar que estas circunstancias no implican la reducción analítica del objeto en estudio. En general, el intento principal es demostrar la conversión creativa que realizaron al apoyarse, de modo homónimo, en la desconstrucción de una categoría social que ha sido admitida, históricamente, como marca arbitraria del crimen. Sobre todo, argumento que la acción inicial del MPP busca transformar la acusación en recurso operatorio para replantear la *propaganda del enemigo*, transformándola en beneficio mediático para la acción política que promueve.

La piratería como problema geopolítico: de las aguas neutras a la red descentralizada

Desde los tiempos de oro de la piratería marítima, cuando no existía todavía una reglamentación territorial sobre el mar, las competencias entre imperios impedían la creación de una perspectiva legal para establecer un marco conceptual respecto de estos temas. El concepto de la piratería, desde el año 1700, permaneció ensombrecido por su indecisa aplicación, sirviendo como un movedizo recurso en relación con la función de identificar los actos que violaban el derecho soberano del Estado o de los comerciantes respecto de sus propiedades a través de la invasión de sus rutas marítimas. El mayor

problema para designar la piratería marítima era definir los límites territoriales del alto mar entre un imperio y otro. La ausencia de acuerdos entre los gobiernos era propicia para el constante cambio de perspectiva respecto del concepto. Las disputas por el monopolio de las rutas marítimas entre portugueses, españoles, holandeses y británicos evidencian, en el rastro histórico de lo concepto, como el tema se mantuvo hundido en olas de ambigüedades retóricas, sirviendo al interés expansionista y al dominio económico de las rutas ultramarinas con el fin de mantener las soberanías imperiales. Así, a fin de eliminar la competencia, llamar a alguien un pirata, al igual que los comerciantes portugueses en la era moderna con el fin de reclamar los derechos de propiedad y proteger la ruta marítima a las Indias, sirvió como un criterio legal para justificar el uso de cualquier medio para alejar a los opositores de los negocios (Duran, 2011; Durand & Vergne, 2013). En esta línea de pensamiento, se debe admitir que la piratería marítima se instaló para solucionar un problema geopolítico en que era evidente la batalla por la expansión de las fronteras de dominación comercial. En general, la piratería implica un problema que no solamente atañe a lo robado que se transporta, sino también la violación del privilegio acerca del medio de transporte en que se traslada mercancía.

El debate sobre la piratería se está desbordando. El conflicto entre los que defienden la equiparación del mar al territorio continental y, por lo tanto, apto a ser delimitado, y la visión de aquellos que lo consideran como un espacio de libertad, repercute en nuevos campos de dominación política y económica. Estos espacios preservan no solamente las luchas de intereses sino que trasladan para sí mismos buena parte de las metáforas que eran atribuidas a la piratería marítima. Se trasladan, por tanto, al mundo editorial, ya a partir del siglo XVI – cuando las leyes de los venecianos y de los ingleses concedieron monopolios de impresión a editores específicos y se estableció el control del Estado – fue utilizada también para designar a los editores que imprimían sin la autorización de los autores o sin el pago por el derecho de explotación de la obra (Schweidler & Constanza-Chock, 2005; Johns, 2009).

De cara al siglo XX, el caso del monopolio de las ondas de sonido de la radio y del espectro electromagnético volvió a ser tema recurrente de la piratería. Otra vez el tema de la exploración exclusiva de espacios imaginarios volvió a la discusión cuando la Corona Inglesa, en 1920, garantizó el monopolio de la *British Broadcasting Corporation* (BBC) para impedir transmisiones alternativas. Resultó previsible que las radios-piratas se multiplicasen y, en 1967, la BBC perdió la exclusividad y las transmisiones y las ondas de sonido pasaron a ser admitidas por el gobierno británico como un bien público (Vergne, 2013).

De la misma manera, la regulación del ciberespacio fue incluida en las conexiones de la piratería desde las tensiones originadas por el intereses de los gigantes de las telecomunicaciones, como la *American*

Telephone and Telegraph Company (AT&T), para ampliar su dominio comercial. La reorganización del mercado en la década de 1960, en Estados Unidos, muestra cómo la evolución de las tecnologías de difusión y distribución de información -a partir de computadoras interconectadas en redes digitales- estableció un nuevo campo de competencia entre los consumidores, el gobierno y las corporaciones. La política neoliberal de desregulación del mercado de las telecomunicaciones no solamente fortaleció el capitalismo tradicional a través de la creación de una nueva versión de plusvalía, sino que también puso en cuestión los proyectos tecnocientíficos basados en la arquitectura de la Internet (Schiller, 1999). Los privilegios comerciales y la protección intensiva de los bienes informacionales que emergieron de este nuevo mercado pusieron en evidencia la fragilidad de temas valiosos para los humanistas, como el derecho a la privacidad, a la libertad de expresión y a la lucha contra la privatización del bien público. Las diversas formas que se dispusieron para aumentar el control sobre la circulación de estos bienes, legitimadas por acuerdos internacionales (léase las acciones de la NSA – *National Security Agency* y proyectos en asociación pública-privada de vigilancia social como el PRISM, ACTA, SOPA), reafirman la gravedad de los conflictos que emergieron en el escenario digital, ocasionados por las rupturas del monopolio de la información.

El tema no termina aquí. Aparte del contexto tecnológico de la comunicación, la piratería también fue objetivo del campo de la información genética, de las grifes y de las invenciones. La biopiratería, la violación de las patentes y la falsificación de las marcas de lujo integran el extenso panorama en que el tema de la piratería está sumergido. En resumen, la piratería es una cuestión de perspectiva invocada en todos los casos en que el monopolio de las formas capitalistas de distribución y de acceso sufre alguna amenaza. En este sentido, el desorden que se estableció en el ordenamiento jurídico internacional respecto de las formas de control de las diversas piraterías, se ha venido reforzando con una cierta impertinencia política en la formulación de leyes, ciertamente armonizadoras de los conflictos entre el interés privado sobre la comercialización de las cosas y el interés público de la su libre utilización, sea por la compra de los mismos, sea por su circulación en lugares neutros, como el mar, Internet, el etéreo o el espacio sideral. De esta manera, la piratería también es paradigmática para la ley, sirviendo como un argumento para la consolidación de prácticas de vigilancia, control y castigo respecto de cualquier evasiva que sobrepase la constitución de derechos sobre la circulación de bienes en estos espacios sin regulación. ¿Cómo definir fronteras y leyes internacionales en espacios imaginarios? ¿Cómo ofrecer garantías a los capitalistas para que sus mercancías (en cualquier formato y acepción) sean preservadas y comercializadas sin interferencias en estos lugares que no pertenecerían a nadie? ¿Incrementando las políticas de control y los procesos de litigios civiles? ¿Reforzando la moral del derecho a la propiedad privada en todos los sus segmentos?

En el interludio de esta desorganización entre la política y los conflictos internacionales originados por la (in)definición de la piratería, el primer Partido Pirata se formó en Suecia para intentar ofrecer una perspectiva elaborada no sólo por las voces acusadoras, sino por los propios acusados. Como veremos a continuación, la propuesta inicial de los piratas suecos fue incentivada por la intensa campaña de persecución ejecutada por la asociación público-privada en el intento por mantener el monopolio de la propiedad intelectual.

El código-fuente: de Suecia para el mundo

El primer Partido Pirata surgió en Suecia (*Piratpartiet*) en 2006 y fue impulsado por dos situaciones originadas en 2003: 1) la creación de la *Swedish Anti-piracy Bureau* (*Svenska Antipiratbyrå*), una agencia privada, financiada por la *Motion Picture Association of America* (MPAA), destinada a proteger la aplicación de la ley de derechos de autor en el país; y 2) el surgimiento del *Piratbyrå*, un colectivo decididamente dispuesto a incluir el debate sobre el *copyright* en la agenda pública para transformarlo en un problema político (Miegel & Olsson, 2008). El conflicto fue reforzado después que el ministro Thomas Bodström, en 2005, hizo público un proyecto de ley para intensificar las medidas de control y monitoreo de Internet, apoyándose en la promesa de garantizar mayor seguridad a la sociedad sueca.

Aprovechándose de las amenazas políticas concentradas alrededor de Internet, el informático Rick Falkvinge creó, el 01 de enero de 2006, el prototipo de lo que sería el *site* de partidos a través de un *hub* en la red *Direct Connect*¹⁰¹. En los días siguientes, la página en Internet recibió miles de visitas. Falkvinge dejó su trabajo, pidió un préstamo bancario y decidió dedicarse integralmente a la construcción del partido. Mientras se creaba se producía el ataque hostil de la policía sueca a los servidores del *The Pirate Bay* [un *tracker*¹⁰² creado por el *Piratbyrå* para experimentar sobre la circulación de archivos indexados en *websites*, utilizando la tecnología de las redes *peer-to-peer* (P2P)] derivó en el aumento de la popularidad del *Piratpartiet*. Sin embargo, la adhesión de miles de nuevos miembros no significó que se alcanzaran los votos suficientes para vencer la primera elección. En la competencia nacional de 2006 obtuvo 0,63% de los votos. Sin resultados favorables que garantizaran un lugar en el *Riksdag* (Parlamento de Suecia) –mínimo de 4% –, el Partido surge como el tercer partido más grande fuera del Parlamento, sobrepasando, por ejemplo, al Partido Verde Sueco (Li, 2009; Erlingsson & Persson, 2011). En las elecciones para el Parlamento Europeo de 2009, el

101 *Direct Connect* es una red de circulación de archivos y canales de *chat* en línea.

102 *Tracker* es el nombre que se da a un servidor computacional que *rastrea* computadoras de usuarios que poseen determinados archivos.

Piratpartiet recibió 7,13% del total de votos de Suecia y garantizó un escaño parlamentario. Con el Tratado de Lisboa ratificado, el número de votos favoreció el Partido con un escaño más.

Cuando fue creado, el objetivo principal del Partido Pirata era llevar el *copyright* al debate político, cuestionando los orígenes y las formas de legitimidad que el sector privado disponía para monopolizar la información y restringir la autonomía civil en el ejercicio de su derecho, utilizando, por ejemplo, las redes P2P. De esta manera, el *Piratpartiet* pasó a enfatizar la relectura de conceptos cruciales para la organización estructural y legitimación del *copyright* – como el de autoría y el de propiedad intelectual – a la luz del desarrollo tecnológico y de la afirmación de los principios morales basados en valores pos-materialistas (Miegel & Olsson, 2008).

La aparente política restrictiva que definía su proyecto inicial fue objetivo de innumerables críticas. En julio de 2012 aún era posible leer en el *site* de los suecos: “El Partido Pirata tiene solamente tres temáticas en su agenda: 1) Reformar la ley del *copyright* [...]; 2) Abolir el sistema de patentes [...]; 3) Respetar el derecho a la privacidad” (*Piratpartiet*, s.d.: página desactivada). La base de su fundación se mantuvo, pero el discurso radical pasó a ser moderado. Las tesis políticas adquirieron mayor solidez ideológica, atingente a un campo social más expresivo. Las limitaciones del primer proyecto fueron superadas por medio de la adopción de principios más amplios. El nuevo *layout* programático que hoy encontramos en el *Piratpartiet* es fruto de una *evolución organizativa* (Panebianco, 2005), integrada por tres periodos distintos. La primera fase estuvo marcada por una protesta inicial; la segunda por la formación de una plataforma específica para atender los reclamos que no estaban contemplados en las propuestas de los partidos tradicionales, y, por último, la tercera destacó por la elaboración de propuestas más robustas, capaces de soportar un escenario más amplio de acción.

Actualmente el número de países que levantan la bandera a través de los propios partidos (oficializados y en proceso de oficialización) ya pasa de los sesenta. La rapidez de este aumento fortaleció al MPP como uno de los más importantes fenómenos sociales del siglo XXI. La elección de dos euro-diputados en 2009 por el Partido Pirata de Suecia, la ascensión fulminante del Partido Pirata Alemán en 2012 y la reciente victoria de los piratas de Islandia, son indicios singulares de la su gradual penetración en el espectro político (Li, 2009; Erlingsson & Persson, 2011). A diferencia de lo que proponían algunos analistas de la época sobre la victoria de los piratas suecos como un efecto de la insatisfacción del electorado hacia la política nacional, en el análisis de Erlingsson y Persson (2011) el triunfo del *Piratpartiet* en 2009 se habría logrado por medio de la identificación individual de los electores con las premisas del Partido, así como de la constatación de la ausencia de estos principios en las propuestas de los políticos tradicionales. Los autores concluyen que la principal razón que explicaría su existencia inicial debió ser el hecho de que este partido fue el único en presentar el punto

de vista de los electores en cuestiones relacionadas, por ejemplo, con el derecho a la privacidad y el *download* a través de Internet.

Además de los tres principios de base, la política común de los piratas pasó a privilegiar más: la transparencia de la gestión pública y la construcción de una nueva democracia. La dilatación de las acciones programáticas recibió impulso a través de la acogida realizada por el MPP a las potencialidades instrumentales de las tecnologías digitales en la promoción de una experiencia efectiva del ejercicio político. De esta manera pasó a defender propuestas conjuntas orientadas en promover el libre acceso a las informaciones de los actos públicos, con el objetivo de permitir la fiscalización y la apertura pública de todos los procesos que involucran el Estado. Como última meta, y quizá la más enfatizada, el MPP incluyó el compromiso de buscar nuevas formas para constituir una democracia, definitivamente, deliberativa.

En los países que siguieron el ejemplo de Suecia, los principios fundadores se mantuvieron resguardados. Sin embargo, las propuestas pasaron a obedecer una lógica de cariz holística de acuerdo con los diferentes contextos culturales. Aunque los partidos se mantienen con dinámicas distintivas, la solidaridad política transnacional ha sido reforzada, sea mediante la creación de organizaciones internacionales como el Partido Pirata Internacional en 2010 para establecer una red imaginaria racionalmente dispuesta para poner en práctica su carácter comunitario en la lucha por objetivos comunes, sea por la alienación ideológica de las formas de representación social que integran la marca de su identidad.

Pueden llamarme de pirata: procesos simbólicos y construcción del imaginario

Una de las formas simbólicas utilizadas por los piratas para obtener valor social para su imagen institucional, es el intento de la recualificación y del deslizamiento semántico res significado en el propio nombre del Movimiento. El ejercicio es premeditado. Funciona como una ancla retórica para asegurar su imagen no por la inclinación hacia el crimen, sino por el enfrentamiento y por la ruptura con los sentidos normativos e las perspectivas que categorizan las prácticas defendidas por estos actores.

En general, el examen del Movimiento revela el hibridismo de la su acción: cambiar *radicalmente* la forma de hacer la política, al principio por el impacto expresivo que realizan en la formulación de sus tesis y en la elaboración de su marca, mientras se presenta en contraste con los protocolos tradicionales, en lo que el campo de la política es entendido como espacio serio de acción formal. El

abordaje programático, el *marketing* del nombre del Partido y la hexis lingüística y corpórea que usan, muestran el intento de los piratas por reorientar la narrativa y la gramática de la política.

Al trasladar el prototipo del pirata al campo de la política, parecen reafirmar la función de la lengua en la batalla por la producción de sentidos. El nombre es el primer símbolo en este campo de competencia. Representa para un partido político no solamente una denominación distintiva, sino el propio programa y la bandera por la cual luchan (Domenach, 1963). En esta ruta, el juego social y la determinación de los sentidos dependen de la posición objetivada que el sujeto asume frente al significado anteriormente concebido.

Como ha señalado Bourdieu (1989), lo sentido, durante un recurso discursivo, ejerce un poder simbólico sobre las identidades debido a su carácter de *estructura estructurante*. Este mismo sentido depende de la condición ideológica en que fue creado. Pero, el enunciado no sobrevive autónomamente. Su vida depende de la complicidad de aquellos que se someten y de aquellos que ejercen el poder a través de su fuerza social. Así, la producción del sentido sentencia una competencia ideológica y constante en el interior de todas las relaciones de poder:

[...] somos piratas pues estamos contra la ley que dice que somos piratas [...] Trabajar con seriedad es el camino para enseñar que criminales son las leyes que dicen que nosotros somos criminales. [...] lo que nosotros hicimos con muy buen humor fue apropiarnos de este apodo. Quienes quieren llamarme pirata, pueden llamarme pirata. Es una estrategia de comunicación sacada de *marketing*. Por el crecimiento de la causa en el mundo, se puede notar que está funcionando. (Entrevista colaborativa con miembros del Partido Pirata del Brasil)¹⁰³

Para Bourdieu, compartiendo el pensamiento del lingüista dinamarqués Louis Hjelmslev, “los signos [...] no son definidos positivamente por su contenido, pero sí negativamente a través del contraste de su relación con los demás términos del sistema” (Hjelmslev, 1959 *apud* Bourdieu, 2009: 17). De esta manera -ya que se presentan como aquello que el otro, supuestamente, no debería ser-, atribuyen valor simbólico contrastante dentro de la estructura social, cuestión muy pertinente también a los estudios de Goffman (1988) respecto del estigma y de Becker (2008) y Pollner (1987) respecto del desvío. Este ejercicio está predisposto por un tipo “de armonía preestablecida que explica el ‘nivel’ estatutario que, como la propia palabra indica, debe lo esencial de su ‘valor’ a su posición en una estructura social definida como sistema de posiciones y oposiciones” (Bourdieu, 2009: 17). Tal

¹⁰³ Testimonio recogido vía *software* Etherpad (editor de textos para escrita colectiva en tiempo real) en distintos días del mes de agosto de 2012.

proceso es estimulado por la elaboración de categorías homólogas y opuestas con el objetivo de establecer los marcos entre aquello que es desviado y distinto. Esta estrategia fue considerada por el sociólogo como un apriorismo ocupado en determinar el sistema de significaciones a partir del juego de la asociación y de la disociación, de la inclusión y de la exclusión, en el interior de las estructuras sociales, “sacando los elementos constitutivos de esta estructura, grupos o individuos, de la *insignificancia*” (Bourdieu, 2009: 17, subrayado del autor).

Es importante registrar que, en sus interludios, el pirata también fue estilizado en la literatura y por grupos disidentes de modo divergente y polisémico un como símbolo de resistencia. Sin embargo, la estrategia enunciativa no adquirió fuerza social suficiente para romper con su estado homosemántico. De cierta manera, la utilización discordante de la palabra y la autoreferenciación como ejercicio simbólico de ruptura, a pesar de representar una aparente actitud subversiva que se opone al sentido ideológico y estructurante de la categoría, contribuyó a reforzar la cualidad subjetiva del nombrado a la estructura distintiva del lenguaje. Todavía, el “collage” del término en la identidad que quieren tener, se muestra fuertemente defendido por los actores en la forma de una objeción heterotópica apoyada, de un modo reflexivo, en los actos que caracterizan el ser mítico del pirata, que en este caso peculiar se remite a la destrucción de los espejismos sociales creados por los monopolios semánticos.

Siguiendo este raciocinio, encontramos, también, un carácter contrastante del MPP sobre aquello que Goffman (1988) defendió a propósito de las variaciones intermitentes que sufre el proceso de estigmatización. Como elemento construido y/o legitimado por los actores sociales, el estigma permite su inversión. De la misma forma que puede ser establecido y “pegado” en la personalidad de un individuo o en la acción de un grupo, también puede ser modificado por los mismos, sin tener que, necesariamente, ser desvinculado (Lima, 2001). La inversión de papeles, donde el rotulado se vuelve rotulador es posible, siguiendo la sugerencia de Goffman (1988), pues el proceso de estigmatización se fundamenta en las interacciones simbólicas y no en las formas concretas de los sujetos. En este caso, lo que determinaría la condición estigmatizante sería la fuerza de la representación, existente o no, en el contexto de las distintas relaciones y en la variedad de los grupos en los cuales el individuo estigmatizado interacciona (Schilling & Miyashiro, 2008). Así, el estigma debe ser considerado como “perspectivas generadas en las situaciones sociales interactivas de normas no cumplidas” en que todos los sujetos integran la misma complejidad social (Goffman, 1988: 137).

Pierna de palo, ojo de vidrio y cara de malo: *bricolage*, performatividad e recursos de enfrentamiento

Los procesos metonímicos y el modo, casi artesanal, de afirmación de la política del MPP también pueden ser entendidos a través de la idea de *bricolaje*. Para Lévi-Strauss (2003), al replantear el concepto en el intento de explicar las diferencias entre el pensamiento mítico y el científico, el *bricoleur* trabaja con los *medios-límites*, o sea, un conjunto continuo y restringido de utensilios y materiales. El quiere decir que el *bricoleur* trabaja con los recursos que tiene en las manos para crear estrategias evasivas y dar origen a nuevos resultados y nuevos artefactos. De esta manera, la lógica del *bricoleur* no solamente contrasta la formalidad del arquitecto y del ingeniero, sino que también se opone a la estructura organizacional que la compone. El *bricoleur* es un artista que improvisa y, falto de previsión, desarrolla mecanismos creativos y propios de afirmación para su obra autónoma.

Floch (1995) también buscó distinguir formas de *bricolage* en la producción de las identidades visuales. Utilizando la idea preliminar de Lévi-Strauss (2003), defendió que la identidad, como forma expresiva a partir de una praxis enunciativa, se forma a través de un proceso de *bricolaje* en que las formas fijas son utilizadas para crear lo nuevo desde el antiguo. Así que toda acción de bricolaje implica la presencia de un sujeto enunciativo que construye, de modo particular y contra la erosión del sentido, contra la *désémantisation*, la propia identidad a través de un acto libertario (Floch, 1995). En este sentido, *bricolaje* es una práctica fragmentaria, periférica y rizomática que utiliza el contorno como una actividad, al mismo tiempo que no ha sido planeada desde el inicio de la acción, de reorganización empírica a partir de elementos despreciados y rechazados por la supuesta orden. Y en este sentido, el bricolaje se vuelve un recurso denso para la desestabilización. El tono despreciativo del adversario endosa la transformación de la acusación en un título de gloria (Domenach, 1963: 34). En esta óptica, el eufemismo del MPP converge su práctica a través del carácter liberador que el *bricolaje* permite. Oponerse a la estandarización de las identidades y de los protocolos de la representación del mundo, significa revitalizar la imagen del pirata como marcador performativo contra la acusación adjetivada de la política que defienden. La conversión se propaga por toda la dinámica de los actores. Además la utilización renitente de lo epíteto, los piratas rescatan el universo de la piratería marítima a partir de representaciones teatrales para asegurar a una identidad exclusiva. Un “Ahoy!” es muchas veces invocado para saludarse los unos a los otros y un “Arrrr!” para señalar una exclamación¹⁰⁴.

Las referencias marítimas no paran. También están presentes en el símbolo internacional del Partido Pirata: una vela de un buque forma la letra “p” en colores monocromáticos, fortalece el imaginario de los actores al crear una conexión figurativa con la famosa bandera de Jolly Roger¹⁰⁵. La sencillez

104 Cf. imagen 1 de este capítulo.

105 Cf. imagen 2 de este capítulo.

del símbolo gráfico colabora con la integración cómoda del MPP al invocar un conjunto de ideas y sentimientos intercambiables por la unidad ideológica de sus principales propuestas. Como defendió Domenach (1963), las fórmulas claras y la reducción del tono rebuscado y abstracto de las propagandas partidarias, solamente tiende a favorecer buenos resultados en el proceso elemental de fijación de una ideología. La identificación casi automática de los piratas con el negro y el blanco persistió a lo largo del tiempo. Son construcciones connotativas que transgreden artificialmente la norma (Durand, 1974). Como dice Machado (2013: 37), este modo de actuar “intriga por su inevitable asociación con la dualidad de varios sistemas de creencias que, a su manera, intentan descomponer o deconstruir la realidad en sus niveles más básicos”.



Imagen 1. Publicidad – Piratas de Berlin/Divulgación (Torrent Freak, 2011)



Imagen 2. Logotipo del Partido Pirata /Divulgación (Wikipedia, The Free Encyclopedia, s.d.).¹⁰⁶

¹⁰⁶ El logotipo del Partido Pirata, creada por Marie "Emma" Andersson, es de dominio público. Según la información del Wikipedia, la imagen no contiene ningún derecho autorial, o sea, su utilización es libre y no necesita autorización para cualquier tipo de uso, solamente la citación del autor, cuando fuese el caso.

Como pronombre de tratamiento, el pirata ya no es más un denominador adjetivado, pero sí un sustantivo que identifica una nueva clase de políticos y también un nuevo estilo de vida. La ampliación interpretativa a través de un discurso positivo de lo termo favorece el contagio social en la medida en que los actores utilizan las mitologías de los piratas como símbolos de la resistencia. Así, convergen su acción a través del ejercicios exhaustivos de elaboración de recursos discursivos empáticos con el objetivo de amplificar la perspectiva que defienden. La conversión es, de modo reflexivo, fundamentada en discursos humanistas que se oponen a las amenazas contra los derechos fundamentales. Incorporar el pirata es una táctica híbrida. En el campo partidista, es nacido como un nueva categoría política. El en campo social, se afirma para asegurar una ideología contra los monopolios. Así, racionalizar y reconstruir la identidad de lo pirata a través de ampliificaciones afirmativas aparenta funcionar como una extensión del horizonte de aplicación de una perspectiva autónoma, sea por la formación de las propias tesis políticas, sea por la auto-negociación con las implicaciones sociales que la ideología solicita.

Del mismo modo, esta amplitud, integrante del cuadro evolutivo de las premisas fundacionales del MPP, pretende crear un flujo continuo para la penetración social. Cuanto más la categoría es reconocida para distinguir causas políticas, más atinge individuos simpatizantes con los principios tutelados por los piratas:

Para mí, ser pirata involucra más que una posición política; es una visión del mundo. Si los piratas defienden la diseminación del conocimiento y la democracia directa, por ejemplo, una persona que lee para los niños de un huérfano, o un padre que enseña a sus hijos con respecto al malestar hacia la política y los políticos, son piratas, ¡sin saber! [...] (Brasileño, masculino, 42 años, entrevista)¹⁰⁷

[¿Todas las personas son piratas?] Depende del punto de vista [...] pero si se considera desde los libres pensadores hasta a los que hoy están en red, todos son piratas. Pero también depende de la connotación que se da al significado de pirata. El problema es que pirata tiene muchos significados buenos y malos [...] Pirata puede ser un *hacker*, una persona que hace *downloads*, un ladrón, un pensador libre, un emprendedor, entre otros significados. Del punto de vista del

107 Entrevista realizada a través de el *software* LimeSurvey. La entrevista fue aplicada a los miembros de los Partidos Piratas entre los meses de diciembre de 2012 a octubre de 2013. Los entrevistados tenían la libertad de mantener el anonimato, pero era obligatorio identificar el país y confirmar el involucramiento directo en el Partido Pirata local. En los casos utilizados en este texto los interlocutores optaron por identificar solamente el país de origen. Las hablas fueron recogidas a través de la aplicación de entrevistas y son parte del material de análisis de mi tesis doctoral. Por este motivo, el contenido integral no está disponible públicamente.

partido cualquier persona que esté de acuerdo con nosotros y nos apoye será un pirata. (Portugués, masculino, 26 años, entrevista)¹⁰⁸

Una práctica pirata es aquella que favorece a toda la sociedad: uso del *software* libre por autoridades, más transparencia gubernamental, incentivo a la cultura libre, etc. Actitudes piratas no surgen únicamente de los piratas. La diferencia es que quien no es pirata no las toma como causa, solamente como una medida entre otras, buena parte de ellas opuestas a la población. (Brasileño, masculino, 22 años, entrevista)¹⁰⁹

Pirata es alguien que, al defender un principio de base sobre compartir libremente conocimiento y cultura, se define eminentemente como contra-autoritario en el ejercicio de las relaciones en sociedad, sea en la relación con el Estado, sea en la relación con entidades privadas. Entonces, un pirata es alguien que defiende derechos civiles individuales, privacidad individual, transparencia pública y empoderamiento de las personas que se valen del libre conocimiento, personas que pasan a ejercer de forma más directa la dinámica colectiva de la sociedad, sea en las relaciones privadas, sea en el ejercicio de la democracia. (Brasileño, masculino, 28 años, entrevista)¹¹⁰

En el campo de la visibilidad, el ejercicio de los piratas se aproxima a una práctica contrapropagandística como un recurso exhaustivo y repetitivo de su vida publicitaria. En general, el objetivo de la acción es promover las propias ideologías a partir del combate de las tesis de los adversarios de modo persuasivo en que la atención social es atraída por mecanismos que visan “desmontar” y colocar en contradicción las ideas defendidas por la oposición (Domenach, 1963). Las tentativas de desestructuración de los modelos tradicionales de la publicidad política, aunque sea hecha a partir de una imitación sistémica de las formas clásicas utilizadas en las campañas electorales, es mejor conocida en la difusión de imágenes, palabras y temas que no integran, de modo explícito, el universo signífico de los partidos tradicionales.

Un de los afiches de la campaña de los Piratas alemanes utilizados en las elecciones nacionales de 2013, expresa lo descontentamiento con la política de vivienda y los altos precios del alquiler. La insatisfacción viene escrita en tremendas letras a través de la frase: *Die Scheiss Mieten Sind Zu Hoch*, en traducción libre, sería algo como: “¡Jódase el alquiler!”. En otro afiche la figura de un señor con corbata hace compañía al afiche: *Vater Vater Kind* [“Padre, padre, hijo”], y sirve para divulgar las políticas de igualdad de todos los tipos de organización familiar. Los piratas abusan un poco más de la estética publicitaria. Para sus propuestas sobre políticas de diversidad cultural y de género hay un adhesivo con *I love penis* o *I love vagina*, donde se despliega el logotipo del partido con símbolos informáticos, diseños multicolor y palabras que identifican órganos genitales. Juntos simbolizan la

108 Testimonio recogido a través de charlas informales *on-line* con miembros del Movimiento del Partido Pirata Portugués, vía *chat* de *gmail* (correo electrónico) y del Facebook, en distintos días del mes de diciembre de 2012.

109 Cf. nota 7 de este capítulo.

110 Cf. nota 7 de este capítulo.

fusión de la política, la tecnología, el amor e la diversidad sexual. La lucha por libertad de consumo de marihuana es divulgada en paquetes de papel de liar tabaco¹¹¹.



Imagen 3. Carteles de la campaña política del *Piratenpartei*. Archivo personal (imagen Rodrigo Saturnino, 2013).

¹¹¹ Cf. imágenes 3 e 4 de este capítulo.



Imagen 4. Material de campaña del *Piratenpartei*. Archivo personal (imagen Rodrigo Saturnino, 2013).

Otra forma utilizada por los piratas de Alemania para establecer la interacción simbólica con los peatones es crear un diálogo imaginario con la oposición. Los mensajes de los afiches de los partidos rivales son replicados por medio de un pequeño letrero, fijado abajo del afiche del oponente. La política del adversario es contestada a través de sentencias irónicas con el objetivo de ridiculizar las promesas de los partidos tradicionales. Frases del tipo *Hahahaha...Nien* o *Echt Jetzt?!*¹¹², aparentemente inofensivas, sirven como agente de escarnio e instrumento para liberar la risa desdeñosa (Domenach, 1963). También fue ridiculizada la imagen de Angela Merkel. Para criticar las políticas de vigilancia del gobierno de la canciller, su cabeza fue desmontada para ser reemplazada por una cámara de filmar¹¹³.

Acciones semejantes son encontradas en la publicidad de los piratas del Brasil. El recurso a la ironía complementa la acción de bricolaje que ejecutan. El texto *Llega de política falsificada. Sea original. ¡Sea Pirata!*, reitera la función estratégica de inversión de los valores que la antífrasis, en tanto tropo, permite¹¹⁴. El intento sarcástico de la ironía, de manera vulgar, utiliza el carácter ambiguo de los sentidos tornándose menos en un procedimiento estilístico y más en un método denotativo (Barthes,

112 *Hahahaha... Nie?!* es una onomatopeya de una risa jocosa, seguida de una interjección para expresar un rechazo. La expresión puede ser traducida como “Hahahaha...No?!”. *Echt Jetzt?!* es una expresión utilizada para poner en duda una afirmación. Es algo del tipo: “¿Ah, en serio?”, o “Vas a fumarme”, “¿Jura?”. Quizá el “Oh, really?” del inglés.

¹¹³ Cf. imagen 5 de este capítulo.

¹¹⁴ Cf. imagen 6 de este capítulo.

1990) que busca en el conocimiento cultural del interlocutor las referencias predecesores que contribuyen para liberar el poder de su mensaje. En este sentido, gran parte de la acción mediática del MPP se basa en los mapas culturales establecidos anteriormente acerca de la imagen del pirata, su función y las prácticas que de él se originan en la forma de romper, por vías antagónicas, los sentidos dogmáticos. Acá, el lenguaje es un recurso seminal que sobrepasa, un poco más, el carácter sencillo de la retórica del podio para transformarse en proyección perturbadora de la estructura del orden.



Imagen 5. Directo: Cartel de la campaña pirata en Berlín. Izquierda: Letrero/Archivo personal (imagen Rodrigo Saturnino, 2013).

El conjunto de prácticas materializa una estrategia obtenida por lenguajes propias intencionadas en divulgar la cualidad de sus identidades sociales e, sobre todo, en hostilizar los principios fundacionales de lo sistema. Una transgresión que utiliza, según las contribuciones de autores como Durand (1974) y Barthes (1990), la retórica de lo visual como método apoyado en la libertad estilística que la publicidad permite para, así, crear una forma excepcional de existencia política. Se trata de un movimiento ostensivo de integración, en sus diversas instancias, del proyecto de vida de los actores en que las formas de disidencia se agitan a través de estrategias y estructuras enunciativas emitidas por ensayos de resistencia a las figuras del poder dominante. Son recursos de *ancoraje identitaria* apoyados en la saturación y en lo antagonismo de la *diferencia* como un puerto concreto de subversión de las lógicas sociales que dominan los comportamientos laicos y los modos desacralizados de existir. El juego de sentidos entre “falso” y “original” elaborado por la industria del entretenimiento y de las

grandes marcas, se vierte al campo de la política tornándose instrumento implícito de negaciones y oposiciones. Una estrategia performática, por veces excesiva, que abusa de lo caricatural con el objetivo de “singularizar, a través de una apuesta en una estética que marca su presencia en lo mundo y que, en los sus excesos neo-barrocos, se traduce en un manifiesto de la existencia de sus protagonistas” (Ferreira, 2011:121).



Imagen 6. Flyer digital del Partido Pirata de Brasil / Divulgación (Partido Pirata del Brasil, 2012).

Conclusión: la fiesta pirata

A juzgar por el contexto de la crisis ofrecida por la digitalización de la información (Dantas, 1999; Schiller, 1999, 2007; Bolaño, 2000; Garcia, 2006; Machuco Rosa, 2006; Boyle, 2008; Branco, 2011) es imperativo decir que el MPP no figura como una solución conflictiva. Al contrario, hace titilar el propio conflicto al interior del capitalismo informacional. Sin duda, el ejemplo sueco marcó el proceso de transición del activismo civil hacia la formación de estrategias políticas permanentes de combate a la criminalización unilateral de algunas prácticas de circulación de la información a través de Internet (Hintikka, 2006; Andersson, 2011). Además, la politización del discurso reorientó la agenda pública respecto de la utilización irrestricta de la ley en los casos donde se alegaba la violación de derechos autorales. Al retirar la exclusividad del factor legal como recurso operatorio y decisivo, la

cuestión dejó de ser un problema de ley, tornándose, decisivamente, de orden socio-político. En este punto, no bastaría remediar los casos de violación del *copyright* a través de la intervención jurídica sin antes examinar, entre otras cosas, el grado de violación de derechos civiles – como el de la privacidad – por la sencilla aplicación de la norma en defensa de los intereses privados (Dahlberg, 2011).

El surgimiento del MPP nos ayuda a pensar en la hermenéutica desafiante que su proyecto representa en el camino de reflexión con respecto a la legitimidad de la ley al comenzar por la arbitrariedad que establece a través de su lógica de la distinción. De hecho, la imagen bucólica de los piratas marítimos, de cierta manera, desapareció de las aguas. Y, a pesar de la discursividad peyorativa del término, la piratería también fue utilizada como una figura arquetípica de resistencia social. La imagen mitológica del pirata fue celebrada como símbolo poético y subversivo del orden político dominante. El carácter clandestino y aventurero del pirata inspiró diversas lecturas calificativas acerca de su función en el campo de las luchas sociales. Los textos de Pessoa ([1915] 2007), Lapouge (1998), Bey (1991), Machado (2013) y tantos otros, inflamaron la figura refrigerada del pirata al exaltarla como uno de los símbolos utópicos de superación de las crisis narrativas de los poderes instaurados. Los relatos históricos acerca de la dinámica de la vida de los piratas fortalecen estas visiones más politizadas acerca de la práctica de la piratería. Rediker (2004), que hace coro con otros autores, al escribir *Villains of all Nations*, resaltó el carácter solitario presente en las acciones libertarias de los piratas en el siglo XVIII. Según el autor, al acoger esclavos africanos dentro de sus buques, los liberaban y, de esta manera, implantaron un sistema propio y más igualitario en la distribución de los recursos. Desde esta perspectiva, la piratería es admitida como una oposición transitoria que se transforma en condición permanente. En el caso de la historia de la marina, los piratas eran vistos con la mirada resentida pues, de cierta forma, crearon otra fuerza naval con un funcionamiento más posible y, adelantando conclusiones, más recíproco, democrático y libertario.

Mientras, como figura emblemática, la imagen del pirata es prohibida. Ella es el revés de la artificialidad de un mundo ordenado alrededor de la moral del dinero. En las sociedades ordenadas por la razón cultivada, es una amenaza y no es bienvenido. Como símbolo de resistencia y ruptura, hace contrapunto a los constreñimientos legales que controlan, coercitivamente, la barbarie interna y protegen toda la moralidad cartesiana. La asociación con la figura del pirata, a pesar aparentar una actitud bucólica, incita la osadía de sus premisas y hace recordar el carácter político del *détournement* como instrumento situacionista de disidencia (Debord & Wolman, 2006). La búsqueda de una convergencia ontológica de la semántica iniciada por el *Piratbyrån* reverbera, de forma solida, en el discurso de estos actores. En vez de rechazar o destruir la identidad, asumirán el riesgo de sustituir la morfología obsoleta por un significado antagónico al sentido original para disfrutarlo. Es en este

sentido que su acción incentiva a reflexionar sobre la episteme política que está imbricada en su representación.

Del mismo modo en que los contextos de coerción de la ley y de subjetivación de los individuos a que los piratas marítimos estaban subyugados representaban un contexto idealizado para su resistencia civil, el desplazamiento de la piratería para nuevos campos de competencia de poder, como el de la información digital, sirve también como presuposición para el ejercicio de una práctica crítica en relación a la violencia instrumental de los dispositivos legales y proteccionistas creados para castigar los supuestos delitos cometidos contra la propiedad intelectual. Siguiendo este raciocinio, los piratas aceptan que la fuerza coercitiva que los procesos de la legislación de los derechos autorales y de patentes solicita una acción política que se involucre en la lucha para impedir la privatización del bien común.

No es concluyente atribuir a la acción del MPP un ejemplo típico de aquello que Debord y Wolman (2006) defendieron con respecto a la práctica que propusieron a finales de la década de 1950. Pero también no es lejana la idea de que condujo al término hacia otro conjunto de significados con una nueva dimensión y un nuevo efecto social. A través del choque, la ironía, la sátira y la sustitución, utilizan el rótulo a partir de un *ethos* propio. Siguiendo la propuesta de Lessig (2008) y Garcia y Silva (2012), en un tiempo de intertextualidades creativas, la metáfora pierde su valor como marcador epistémico de un estigma, pasando a ser utilizada en forma de pastiche para demarcar una ideología que desconstruye para reconstruir.

Sin duda, la tónica de esta premisa revive el debate ideológico y utópico alrededor de la toma del poder por nuevos movimientos sociales. Las experiencias cotidianas de los partidos políticos tradicionales pulverizan las dudas en relación a la actuación de las minorías partidarias. Sin embargo, el discurso de la crisis congela el vigor de sus certidumbres. En la concepción de Ricoeur (1991), la ideología es un factor de integración que reacciona como mediador simbólico en la acción social de acuerdo con la necesidad de un determinado grupo en preservar o fortalecer su identidad y su forma de representación. Al mismo tiempo que la ideología constituye la imagen de sí mismo, la utopía puede también ser interpretada como una implicación saludablemente necesaria para crear alternativas a los modelos hegemónicos. Su carácter disruptivo y transformador nos enseña que existe entre la crisis y la utopía una relación profunda. Como subrayó Serra (1998: 27-29), “toda utopía es simultáneamente, sea un síntoma de la crisis del vivir de un cierto mundo, sea la forma imaginaria [...] de superación de esta crisis”. En función de las metáforas, si la cualidad ideológica defendida por los Piratas no presenta una solución inmediata, al menos reactualiza nuestro imaginario acerca de la función antagónica de la utopía y de la ideología: de subversión, de destrucción de la realidad

existente, en el primer caso, y de conservación, de confirmación de la realidad existente, en el segundo.

No hay garantías de que los Partidos Piratas, como movimiento social o partido político, logren sobrepasar la sofisticación de las asociaciones ya enquistadas en el núcleo de las políticas internacionales de la información, de la cultura y del conocimiento. Ni mucho menos de que logren, finalmente, transformar la democracia en un proyecto menos opaco y más realizable, permaneciendo exentos del proceso de coacción y homogeneización que caracteriza la tradición política occidental. Los conflictos internos que experimentan, el crecimiento silencioso y la política *catch-all* que pasó a vigorizar su programa, no profetizan su fin. Al revés, parecen adelantar los nuevos desafíos que se presentan al Partido Pirata en la consecución de sus intereses y, por consiguiente, en su afirmación como un movimiento global comprometido en cuestionar la normatividad de los fundamentos políticos de la regulación de la información.

Referencias Bibliográficas

- Andersson, J. (2011). The Origins and Impacts of the Swedish File-Sharing Movement: A Case Study. *Journal of Peer Production* [Online], disponible: <http://peerproduction.net/issues/issue-0/peer-reviewed-papers/the-origins-and-impacts-of-swedish-filesharing/> [Acceso 11 Octubre 2012].
- Barthes, R. (1990). *O óbvio e o obtuso*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1990.
- Becker, H. S. (2008) *Outsiders: Estudos de Sociologia do Desvio*. Rio de Janeiro: Zahar
- Belisário, A. & Tarin, B. (eds.), (2013). *Copyfight: Pirataria e Cultura Livre*. Rio de Janeiro: Azougue Editorial.
- Bey, H. (1991). *T.A.Z.: The Temporary Autonomous Zone, Ontological Anarchy, Poetic Terrorism*. [Online], disponible: <http://hermetic.com/bey/taz3.html#labelTAZ> [Acceso 11 Octubre 2012].
- Bolaño, C. (2000). *Indústria Cultural, Informação e Capitalismo*. São Paulo: Editora Hucitec-Editora Pólis.
- Boyle, J. (2008). *The Public Domain: Enclosing the Commons of the Mind*. London: Yale University Press.
- Branco, S. (2011). *O Domínio público no direito Autoral Brasileiro: Uma Obra em Domínio Público*. Rio de Janeiro: Lumen Juris.
- Bourdieu, P. (2009). *A Economia das Trocas Simbólicas*. São Paulo: Perspectiva.
- Bourdieu, P. (1989). *O Poder Simbólico*. Lisboa: Difel.
- Castells, M. (2007). *A Galáxia da Internet: Reflexões sobre a Internet, Negócios e Sociedade*. 2ª. ed, Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.

Castells, M. & Cardoso, G. (eds.), (2013). *Piracy Cultures: How a Growing Portion of the Global Population is Building Media Relationships Through Alternate Channels of Obtaining Content*. Indiana: Xlibris.

Dantas, M. (1999). Capitalismo na Era das Redes: trabalho, informação, valor no ciclo da comunicação produtiva. In: Lastres, H. & Albagli, S. (Orgs.) *Informação e Globalização na Era do Conhecimento*. Rio de Janeiro: Editora Campus, pp. 216-161.

Dahlberg, L. (2011). Pirates, Partisans, and Politico-Juridical Space. *Law and Literature*, vol.23, no. 2, Summer, pp. 262–281.

Debord, G. & Wolman, G. (2006). A User's Guide to Détournement. In: Kanabb, K. (ed.). *Situationist International Anthology*. Berkeley: Bureau of Public Secrets, pp. 31-43. [Online], disponível: <http://www.anarchyisorder.org/CD4/Lay-outed%20texts/PDF-versions/Knabb,%20Ken%20-%20Situationist%20International%20Anthology.pdf> [Acesso 15 Mayo 2013]

Decherney, P. (2012). *Hollywood's Copyright Wars: From Edison to the Internet*. New York: Columbia University Press.

Domenach, J. M. (1963). *A propaganda política*. 2ª. ed., São Paulo: Difel.

Duran, L. D. (2011). *A construção da pirataria: o processo de formação do conceito de "pirata" no período moderno*. São Paulo: Annablume.

Durand, J. (1974). Retórica e imagem publicitária. In: METZ, Christian. et ali. *A Análise das Imagens*. Petrópolis: Vozes, pp.19-55.

Durand, R. & Vergne, J. (2013). *The Pirate Organization: Lessons From the Fringes of Capitalism*. Boston/Massachusetts: Havard Business School Publishing Corporation.

Erlingsson, G. O. & Persson, M. (2010). The Swedish Pirate Party and the 2009 European Parliament Election: Protest or Issue Voting? *Politics*, vol. 31, no. 2, October, pp.121–128.

Ferreira, V. S. (2011). O “Jovem Radical” Contemporâneo: Novos Sentidos de um Qualificativo Juvenil”. In: *Crítica e Sociedade: Revista de Cultura Política*. v.1, n.2, jan./jun, pp. 107-127.

Floch, J. M. (1995). *Identités visuelles*. Paris: PUF.

Gantz, J. & Rochester, J. B. (2005). *Pirates of the Digital Millennium: How the Intellectual Property Wars Damage our Personal Freedoms, our Jobs, and the World Economy*. New Jersey: FT Press.

Garcia, J. L. (2006). Biotecnologia e Biocapitalismo Global. *Análise Social*, vol. XLI, no. 181, pp. 981-1009.

Garcia, J. L. & Silva, P. D. (2012). YouTubers as Satirists: Humour and Remix in Online Video. *eJournal of eDemocracy and Open Government - JeDEM*, vol. 4, no. 1, pp. 89-114.

Goffman, E. (1988). *Estigma: notas sobre a manipulação da identidade deteriorada*. 4ª. ed., Rio de Janeiro: Guanabara Koogan.

Gorz, A. (2005). *O Imaterial: Conhecimento, Valor e Capital*. São Paulo: Annablume.

Higgins, G.E. & Marcum, C.D. (2011). *Digital Piracy: An Integrated Theoretical Approach*. Durham, N.C: Carolina Academic Press.

- Hintikka, K. A. (2006). *Pirates in Politics – Internet Piracy as Individualised Politics*. [Online], 25 Novembro, disponible: <http://www.edemocracy.uta.fi/eng/haefile.php?f=113> [Acceso 11 Octubre 2012].
- Johns, A. (2009). *Piracy: The Intellectual Property Wars from Gutenberg to Gates*. The Chicago, London: University of Chicago Press.
- Kernfeld, B.D. (2011). *Pop Song Piracy: Disobedient Music Distribution Since 1929*. Chicago/London: University of Chicago Press.
- Lapouge, G. (1998). *Os Piratas: Piratas, Flibusteiros, Bucaneiros e Outros Párias do Mar*. Lisboa: Antígona.
- Lemos, R. (2005). *Direito, Tecnologia e Cultura*. Rio de Janeiro: Editora FGV.
- Lessig, L. (2004). *Free Culture: The Nature and Future of Creativity*. Penguin Press: New York.
- Lessig, L. (2008). *Remix. Making Art and Commerce Thrive in the Hybrid Economy*. London: Bloomsbury Academic.
- Lévi-Strauss, C. (2003). *Antropologia Estrutural*. 6ª. ed. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro.
- Li, M. (2009). The Pirate Party and the Pirate Bay: How the Pirate Bay Influences Sweden and International Copyright Relations. *Pace International Law Review*, vol. 21, no. 1, pp. 281-307.
- Lima, R. C. P. (2001). Sociologia do Desvio e Interacionismo. *Tempo Social*, vol.13, no. 1, Maio, pp. 185-201.
- Machado, J. (2013). Sonho pirata ou realidade 2.0. In: Belisário, A. & Tarin, B. (Orgs.). *Copyright: Pirataria e Cultura Livre*. Rio de Janeiro: Azougue Editorial.
- Machuco Rosa, A. (2006). *Cinco lições sobre Comunicação, Redes e Tecnologias da Informação da Cibernética ao Copyright*. Lisboa: Vega.
- Mason, M. (2009). *The Pirate's Dilemma: How Youth Culture is Reinventing Capitalism*. New York: Free Press.
- Miegel, F. & Olsson, T. (2008). From Pirates to Politician: The Story of the Swedish File Sharers who became a Political Party. In: Carpentier N. & Prulmann-Vengerfeldt, P. et al. (eds.). *Democracy, Journalism and Technology: New Developments in an Enlarged Europe*. Estonia: Tartu Publisher Press, pp. 203–217. [Online], disponible: http://www.researchingcommunication.eu/reco_book4.pdf [Acceso 05 Enero 2013].
- Panebianco, A. (2005) *Modelos de partido: Organização e Poder nos Partidos Políticos*. São Paulo: Martins Fontes.
- Partido Pirata de Brasil (2012). Fotos del Partido Pirata de Brasil. *Facebook*
[Online], 20 Junio, disponible:
<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=461198453907669&set=pb.180044272023090.-2207520000.1381782005.&type=3&theater> [Acceso 13 Mayo 2013]
- Pessoa, F. ([1915] 2007). Ode Marítima. *Revista Orpheu*, A. 1, no. 2, Abr./Mayo/Jun. [Online], disponible:
http://www3.universia.com.br/conteudo/literatura/Orpheu_n2_de_alvaro_de_campos.pdf
[Acceso 17 Julio 2013]

Piratpartiet (2008). *European Pirate Platform 2009* [Online], 2 Julio, disponible: http://www.piratpartiet.se/nyheter/european_pirate_platform_2009. [Acceso 02 Febrero 2012].

Pollner, M. (1987). *Mundane Reason: Reality in Everyday and Sociological Discourse*. Cambridge: Cambridge University Press.

Postigo, H. (2012). *The Digital Rights Movement: The Role of Technology in Subverting Digital Copyright*. Cambridge/London: The MIT Press.

Rediker, M. (2004). *Villains of All Nations: Atlantic Pirates in the Golden Age*. Boston Massachusetts: Beacon Press.

Ricoeur, P. (1991). *Ideologia e Utopia*. Lisboa: Edições 70.

Schiller, D. (1999). *Digital Capitalism: Networking the Global Market System*. Cambridge/Massachusetts/London: The MIT Press.

Schiller, D. (2007). *How to Think About Information*. Urbana/Chicago: University of Illinois Press.

Schilling, F. & Miyashiro, S. G. (2008). Como incluir? O debate sobre o preconceito e o estigma. *Educação e Pesquisa*, vol.34, no.2, Maio/Agosto, pp.243-254.

Schweidler, C. & Constanza-Chock, S. (2005). Piracy. In: Ambrosi, A., Peugeot, V. & Pimienta, D. (eds.). *Word Matters: Multicultural Perspectives on Information Societies*. Caen: C & F Éditions. [Online], disponible: <http://vecam.org/article694.html?lang=en> [Acceso 23 Agosto 2013]

Serra, P. (1998). *A informação como utopia*. Covilhã: Universidade da Beira Interior. (Série: Estudos em Comunicação). [Online], disponible: http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20110826-serra_paulo_informacao_utopia.pdf [Acceso 10 Agosto 2011].

Stallman, R. M. (2002). *Free Software, Free Society: Selected Essays of Richard M. Stallman*. Boston: GNU Press. [Online], disponible: <http://www.gnu.org/philosophy/fsfs/rms-essays.pdf> [Acceso 24 Agosto 2010].

Strangelove, M. (2005). *The Empire of Mind: Digital Piracy and the Anti-Capitalist Movement*. Toronto: University of Toronto Press.

Torrent Freak (2011). *German Piraty Party On Course to Election Win*. [Online], 20 Agosto, disponible: <http://torrentfreak.com/german-pirate-party-on-course-to-election-win-110820/> [Acceso 13 Mayo 2013]

Vaidhyanathan, S. (2003). *Copyrights and Copywrongs: The Rise of Intellectual Property and How it Threatens Creativity*. New York University Press.

Vergne, J. (2013). The Pirate and the Capitalist: A Love Story? *Policy*, vol. 29, no. 3, Spring, pp. 3-9.

Wikipedia, The Free Encyclopidia (s.d.). *File:Piratpartiet.svg*. [Online], disponible: <http://en.wikipedia.org/wiki/File:Piratpartiet.svg> [Acceso 12 Marzo 2013].

Sobre los autores (afiliación institucional)

Ana Stela de Almeida Cunha - Universidade Federal do Maranhão (UFMA)

Carla Cerqueira - Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade (CECS)

Denise Cogo - Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM)

Glória Diógenes - Universidade Federal do Ceará (UFC)

Heloísa Buarque de Hollanda - Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ)

Joaquim Paulo Serra - Universidade da Beira Interior (UBI)

Jorge Martins Rosa - Faculdade de Ciências Sociais e Humanas /Universidade Nova de Lisboa (FCSH/NOVA)

José Luís Garcia - Instituto de Ciências Sociais da Universidade de Lisboa (ICS-ULisboa)

Leandro José Luz Riodades de Mendonça - Universidade Federal Fluminense (UFF)

Luís Bonixe - Escola Superior de Educação de Portalegre (ESEP)

Lydia Gomes de Barros - Universidade Federal de Pernambuco (UFPE)

Massimo Canevacci - Universidade de Sao Paulo

Rodrigo Saturnino - Instituto de Ciências Sociais da Universidade de Lisboa (ICS-ULisboa)

Rosa Cabecinhas - Instituto de Ciências Sociais da Universidade do Minho (ICS-Minho)

Rosana Martins - Centro de Investigação Media e Jornalismo, Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, Universidade Nova de Lisboa (CIMJ/NOVA)

Rosenverck Estrela Santos - Universidade Federal do Maranhão /Campus de Pinheiro (UFMA)



inCOM UAB

Institut de la Comunicació
Universitat Autònoma de Barcelona

incom.uab.cat

