



## A INFLUÊNCIA DA PIRATARIA NA SÉRIE *BREAKING BAD*.

Liana Gross FURINI<sup>1</sup>

Roberto TIETZMANN<sup>2</sup>

**Resumo:** A pirataria esteve presente em toda a história do cinema, acompanhando as tecnologias utilizadas pelas produtoras. Como vemos nesse artigo, a discussão em torno da duplicação não autorizada dos materiais audiovisuais aumentou com a difusão dos aparelhos multimídia, dos computadores pessoais e também da internet, já que esses aparatos deram aos próprios usuários parte do controle sobre a circulação desses materiais. Para falar sobre isso, tomamos como exemplo o caso da série americana de televisão *Breaking Bad*. Nesse trabalho, dissertamos sobre como a pirataria na internet influenciou na popularização da série, tornando-a conhecida em vários países do mundo em um curto espaço de tempo.

**Palavras-chave:** *Breaking Bad*. Pirataria. Internet. Tecnologias Digitais.

### Introdução

110

Desde o seu início, a indústria cinematográfica sempre teve que conviver com formas de circulação fora do eixo oficial (organizados e controlados pelas próprias produtoras e distribuidoras dos filmes). A prática da pirataria foi responsável indireta pela preservação de versões de filmes como *Viagem à Lua* (do original *Voyage Dans La Lune*), filme de 1902 de Georges Méliès, quando companhias concorrentes duplicavam sem licença as cópias (DECHERNEY, 2012). O catálogo dos mais de 500 filmes de Méliès só foi sendo preenchido à medida que versões de seus filmes, que haviam sido pirateados, foram encontradas. Mesmo utilizando o símbolo de *trademark* em cada frame de seus filmes e levando cópias dos seus filmes até os Estados Unidos para registrá-las, Méliès teve seus filmes copiados, entre outros, por Fred Balshofer, que meticulosamente tirou o símbolo de cada frame dos filmes antes de copiá-los (BOWSER, 1990, p. 137). Balshofer trabalhava para a *Lublin's Philadelphia store*, que esteve envolvida em muitos casos de cópias não autorizadas de filmes na época. Quando copiado, o nome do filme de

---

<sup>1</sup>Mestranda em Comunicação Social pelo PPGCOM da Famecos/PUCRS. Professora da Famecos/PUCRS e Faccat.

<sup>2</sup>Doutor em Comunicação Social Professor da Famecos/PUCRS e do PPGCOM da Famecos/PUCRS.



Méliès foi trocado para “*Viagem a Marte*”, dificultando que fosse descoberto (ECKHARDT, 1997, p. 46).

Mais de um século se passou e a duplicação não autorizada de material audiovisual continua sendo discutida – e é cada vez mais, à medida que os espectadores, antes tidos apenas como receptores passivos, passam a ter cada vez mais controle sobre a distribuição e circulação desses materiais, facilitados, entre outros motivos, pela popularização dos aparelhos multimídia e pela difusão da internet.

A digitalização dos processos envolvidos na produção de bens culturais (principalmente relacionados às produções audiovisuais) somada à difusão dos computadores e da internet apontada por Gilder (2001) e Castells (2008) facilitou e ampliou a circulação dessas obras e fomentou um meio alternativo, onde Gerbase destaca que “o espectador atua à margem do sistema e obtém o que quer baixando conteúdos disponíveis na rede, ou comprando uma cópia clandestina (...)” (GERBASE, 2007, p. 02). Nesse sentido, o presente trabalho faz uma discussão sobre o consumo de material audiovisual em tempos de tecnologias digitais, tomando como objeto a série americana de televisão *Breaking Bad*.

111

### **Cinema, tecnologias digitais e pirataria**

A circulação de filmes se beneficiou amplamente da eletrificação (a começar pelo Betamax e VHS) e posterior digitalização das ferramentas de produção e distribuição de materiais audiovisuais a partir da segunda metade do século XX, conforme é bastante explorado por autores como McLuhan (1974), Negroponte (2002), Levy (1999) e Lessig (2005).

Tradicionalmente, depois que saem do cinema, os filmes podem ser adquiridos em lojas e videolocadoras. Logicamente, os mais comerciais tem preferência na distribuição e na exibição. Como explica Selonk (2004, p. 164), “Isto elimina a possibilidade de uma carreira comercial para filmes que não se encaixam neste perfil”, como grande parte dos filmes brasileiros e das produções estrangeiras independentes. Em função disso, algumas produções tem mais dificuldade para chegar até o público do que outras, e isso é um problema de toda a indústria audiovisual, não apenas do cinema.

Antes da popularização da internet, quando as pessoas queriam ter acesso a essas



obras, muitas vezes a única opção era esperar que elas chegassem na loja ou na locadora de suas cidades. Hoje, as distribuidoras estão tendo que reaprender a lidar com esse novo público espectador. Para grande parte do público mais experiente na internet, esperar pelo filme não é mais a única forma de obtê-lo: a internet tem um acervo infinito de materiais.

A pirataria sempre fez parte da indústria cinematográfica, mas o assunto passou a ser mais questionado depois do surgimento e posterior popularização das tecnologias digitais, ao passo que elas permitiram a cópia ilimitada dos materiais, já que eles não perdem qualidade ao serem copiados, diferente do que acontece com a duplicação de filmes em suportes analógicos. Essas tecnologias também possibilitaram às pessoas a assistirem qualquer produção cinematográfica sem precisar sair das suas casas e, portanto, contribuíram para a criação de uma nova forma de consumir esse tipo de mídia. “O uso doméstico e individual, os aparelhos de multimídia, a Internet, a popularização dos computadores são algumas das características destes novos tempos marcados pela variedade de equipamentos culturais” (SELONK, 2004, p. 162). Esse momento foi fomentado também pelo aumento constante do tamanho e da qualidade dos aparelhos televisores, que tem melhorado cada vez mais a experiência de assistir obras audiovisuais fora das salas de cinema.

Mesmo que música e vídeo já fossem distribuídos em formatos digitais, fatores como o aumento da capacidade de armazenamento e processamento dos computadores e a redução do tempo de transmissão dos arquivos através dos formatos de compressão e do aumento das bandas domésticas de internet foram muito importantes para o aumento da distribuição generalizada de conteúdo (TIETZMANN e PASE, 2008).

Como dissemos anteriormente, a prática da pirataria não é novidade, mas a discussão acerca do assunto aumentou em função da criação das novas formas de distribuição de conteúdo das quais estamos falando. De uma forma geral, pirataria se refere à apropriação não autorizada de produtos ou serviços que estejam sob resguardo de direitos autorais. Esses produtos ou serviços podem ser relativos – como vamos tratar aqui – a produção audiovisual, mas também a qualquer outro artigo que tenha a possibilidade de ser reproduzido, como música, software, roupas, aparelhos eletrônicos, etc. Já no contexto cinematográfico, ela é definida por Segrave (2003) como o uso ou a reprodução e distribuição não autorizada de um filme. Embora a indústria de produção audiovisual frequentemente posicione a pirataria como um crime e haja ações tecnológicas e policiais para coibi-la, Lessig mostra que a discussão a respeito da pirataria



não é novidade.

Se ‘pirataria’ significa usar a propriedade intelectual de outros sem sua permissão (...), a história da indústria de conteúdo é a história da pirataria. Todos os setores importantes da grande mídia de hoje – filmes, discos, rádio e TV a cabo – nasceram da pirataria, se a definirmos assim (LESSIG, 2005, p. 74).

A captura de imagens não é exatamente novidade quando se trata de tecnologia, mas, segundo Lessig (2005), as tecnologias usadas anteriormente eram muito caras e, por esse motivo, não existiam tantos aparelhos domésticos de gravação, exibição e duplicação como hoje. Isso fazia com que a maior parte das publicações de material audiovisual fossem estritamente comerciais. As tecnologias digitais trouxeram a possibilidade de copiar o material infinitamente e compartilhar com quantas pessoas quiser e da forma que preferir, excluindo essa ideia de comercial das publicações. A possibilidade infinita de cópias somada à facilidade de compartilhamento colaborou para que a Internet ficasse tão popular.

O que a internet traz de novo é a possibilidade de distribuir esses materiais com uma facilidade nunca vista anteriormente, e com um grande número de usuários de forma muito rápida. Isso sim é algo novo, não porque a cultura pode ser capturada automaticamente, e obviamente não porque os eventos são comentados de forma crítica, mas porque essa mistura de imagens, sons e comentários pode ser difundida largamente de forma quase imediata (LESSIG, 2005, p. 62). Essa facilidade ajuda a criar um espaço onde os conteúdos lícitos e ilícitos são difundidos igualmente, já que a rede em si não diferencia os conteúdos compartilhados.

A Organização Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI) e o Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI) explicam que algumas leis contemplam o direito à distribuição de cópias de uma obra, se assim forem autorizadas pelo próprio autor, proibindo apenas a duplicação do material. Muitas legislações, ainda, permitem que o usuário copie a obra para fins pessoais e não comerciais ou para pesquisa, os chamados “usos justos”. A própria OMPI admite que a tecnologia digital traz novas possibilidades de duplicação e reprodução de obras sob resguardo de direito autoral e que, em função da qualidade (o material duplicado é idêntico ao original), a sua identificação é muito difícil. Essa facilidade trazida pela tecnologia digital “pôs em questão a continuidade das razões dessa limitação ao direito de reprodução, uma vez que se tornou muito difícil controlar a



reprodução não autorizada” (OMPI, 2013, p. 11).

### O caso da série *Breaking Bad*

*Breaking Bad* é uma série de televisão norte-americana que estreou em janeiro de 2008 nos Estados Unidos (IMDB, 2013). A série conta a história de Walter White, um químico muito inteligente que, por falta de oportunidades, dava aulas de química em um colégio da cidade de Albuquerque, no Novo México, e trabalhava em um lava-rápido. Ao ser diagnosticado com câncer de pulmão, Walter decide que precisa dar um jeito de ganhar muito dinheiro rapidamente para deixar para sua mulher e seus dois filhos, que têm paralisia cerebral, antes que ele morresse. Com esse propósito, ele convida um ex-aluno seu, chamado Jesse Pinkman, que traficava metanfetamina, para que eles entrassem em um negócio junto, fabricando e vendendo a metanfetamina mais pura dos Estados Unidos.

A série teve, ao todo, cinco temporadas, chegando ao seu final em 29 de setembro de 2013, com o lançamento do último episódio (IMDB, 2013). A primeira temporada da série teve apenas 7 episódios. Depois, o formato foi um pouco alterado e cada temporada teve 13 episódios, exceto a última, que teve 16. Nos Estados Unidos, a série foi transmitida pelo canal AMC e, no Brasil, pela AXN e também pela Netflix.

O modelo de negócio da Netflix se adapta muito bem à nova forma de consumir mídia que o público internauta demanda. Os assinantes podem assistir *online* ao conteúdo através de um *software* de transmissão usando sua televisão, *notebook* ou dispositivo *mobile* que ofereça o aplicativo da Netflix. Segundo o *site* oficial<sup>3</sup>, a empresa já conta com mais de 40 milhões de assinantes em mais de 40 países e é, por consequência, o principal serviço de TV por internet do mundo. Os assinantes assistem a mais de um bilhão de horas de conteúdo original por mês, incluindo séries como *Breaking Bad*. Atualmente, a Netflix é responsável por quase um terço de todo o tráfego doméstico de internet nos Estados Unidos (VANCE, 2013).

A circulação de filmes e bens culturais se beneficiou amplamente da eletrificação e posterior digitalização de ferramentas e meios a partir da segunda metade

---

<sup>3</sup> Disponível em <<http://www.netflix.com>>, acesso em 11 de novembro de 2013.



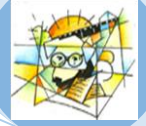
do século XX, mas também fez com que os estúdios e as distribuidoras perdessem parte do controle sobre a circulação de seus filmes, e é exatamente nesse contexto que *Breaking Bad* está inserida.

Autores como Lessig (2005) e Yar (2008) apontam que a indústria do *copyright* tenta criminalizar as práticas de pirataria a partir das leis de direito autoral. Essas leis desafiam e criminalizam práticas de pirataria e roubo de direitos autorais, principalmente com relação ao uso da internet (YAR, 2008, p. 605). Segundo Mattelart, alguns autores consideram que a pirataria foi muito importante na apropriação do vídeo na sociedade. Desse ponto de vista, foi a comercialização informal que fez com que a tecnologia se tornasse cada vez mais acessível ao público em geral, não apenas aos produtores de conteúdo comercial (MATTELART, 2009, p. 313).

O crescimento do número de internautas decorrente da popularização da internet doméstica fez com que a discussão com relação à prática da pirataria se tornasse mais intensa, inclusive em um contexto brasileiro. Atualmente, no Brasil, são mais de oitenta milhões de internautas (AGUIARI, 2012), número que cresceu 1.484,9% de 2000 a 2011 (Internet World Stats, 2012). Estes usuários, conforme Aguiari (2012), em sua maioria (45%), têm acesso a rede em velocidades que variam de 512 Kbps até 2 Mbps, seguidos por 2 a 8 Mbps (27% dos usuários), um limiar de velocidade que pode não oferecer a experiência para consumo de vídeo *online* que tornaria esses usuários capazes de substituir a televisão por completo, mas que dá a eles acesso a um vasto universo de produtos audiovisuais disponíveis *online*. Esses dados nos mostram que a circulação de material por meios paralelos, mesmo que não substitua completamente a circulação por meios tradicionais, levantam a possibilidade de muitas pessoas terem acesso às obras de uma outra forma.

A internet possibilitou o aumento desse leque de exibição oficial, com a criação de canais de aluguel de filme como Blockbuster, Netflix, Sunday TV, Globo TV+, e também canais de exibição de vídeos, como o YouTube e o Vimeo. Em 2009, o YouTube anunciou que começaria a exibir filmes e programas de televisão de forma oficial, disponibilizados pelas próprias emissoras e produtoras (YouTube Oficial Blog, 2009). Nesse sentido, vemos que o aumento do número de canais para consumir conteúdo audiovisual não exclui, mas coloca em xeque os modelos tradicionais de circulação.

Cientes do aumento constante do público internauta, muitas empresas estão percebendo que é cada vez mais difícil andar na rota contrária do público e limitar a



circulação dos conteúdos na internet, já que esse meio é cada vez mais controlado pelos próprios usuários. Segundo matéria publicada na Folha de São Paulo (GAMA, 2013), museus e bibliotecas estão aderindo a políticas de liberação de conteúdo e abrindo seus acervos para *download* gratuito em alta resolução, sem restrições de uso. Dessa forma, as empresas acabam por renovar seu papel público de difusão da cultura.

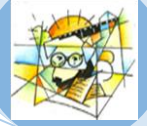
O próprio criador da série, Vince Gilligan, afirma que os *downloads* ilegais ajudaram *Breaking Bad* a se popularizar, em função de que a pirataria chega em um público que não teria acesso à série de outra forma e, portanto, não a assistiriam e, provavelmente, nem saberiam da sua existência. Segundo informações do *site Torrentfreak.com*, o episódio final da série *Breaking Bad* teve mais de meio milhão de *downloads* (PORTAL G1, 2013).

O cenário ideal (porém, impossível nos dias atuais) para as produtoras seria receber o dinheiro referente à venda do filme ou série a cada vez que o material é baixado na internet. Pensando nesse sentido, a pirataria se torna extremamente prejudicial para as produtoras e distribuidoras.

Essa conta não fecha. Não podemos pensar que todos os usuários que fizeram o *download* da série por *torrent* ou *download* direto de forma paralela a comprariam. Conforme Gilligan, uma parcela do público que baixa a série de forma ilegal não teria acesso a ela de outra forma e, portanto, o fato de terem consumido a obra acaba sendo positivo porque ajuda a aumentar a base de fãs e, assim, aumenta também a chance de esse público comprar o DVD ou *Blu-Ray* da série ou outros produtos relacionados, como camisetas, acessórios e *action figures*, os bonecos dos personagens. Apostando nisso, a AMC tem vários produtos exclusivos à venda no *site* da série<sup>4</sup>, conforme a Figura 1, além de DVD, *Blu-Ray* e *e-book*.

---

<sup>4</sup> Disponível em <<http://www.amctv.com/shows/breaking-bad/shop>>, acesso em 11 de novembro de 2013.



The screenshot shows the 'Shop Bad' page for the TV show Breaking Bad. At the top, there's a large image of Walter White and Jesse Pinkman in their orange hazmat suits, with the text 'Shop Bad' styled as a periodic table element (S<sup>16</sup> and Ba<sup>56</sup>). Below this, there are four main product categories:

- Exclusive Merchandise, T-Shirts, Jewelry & More:** Shows a black t-shirt with a skull and 'Heisenberg' text, a 'King Bad' mug, and other merchandise. It links to the 'Official Merchandise Store'.
- Complete Series Blu-Ray:** Shows a large black barrel and Blu-ray/DVD cases. It links to 'amazon.com'.
- Final Season Episodes:** Shows a character in a dark suit with the text 'REMEMBER MY NAME'. It lists availability on iTunes, Amazon.com (DVD and Blu-ray), and Amazon Instant Video.
- Season 5 Episodes:** Shows a character in a yellow hazmat suit sitting on a chair. It lists availability on iTunes, Amazon.com (DVD and Blu-ray), and Amazon Instant Video.

117

Figura 1

Título: *Shop Bad*Fonte: Captura de tela do site oficial da AMC. Disponível em <<http://www.amctv.com/shows/breaking-bad/shop>>, acesso em 10 de janeiro de 2014.

## Considerações Finais

A facilidade de replicação e transmissão de informação presente na internet a situa como um espaço de disputa: ao mesmo tempo que se coloca como um repositório infinito de atrações, também pode ser apontada como um espaço de prática de atividades ilícitas favorecida pela tecnologia. A subversão do digital se constrói justamente em suas capacidades de ser um grande meio de armazenamento, tradução, transmissão e transformação de praticamente qualquer informação passível de ser registrada.

Conforme Castro (2006), grande parte dos usuários de internet têm a percepção de que baixar músicas é como pegar um CD emprestado de qualquer pessoa. Nesse sentido, essas práticas não são entendidas por eles como crime, mas apenas como uma forma de compartilhamento de conteúdo entre amigos. Esses usuários, na maior parte das





vezes, só percebem a prática de pirataria como crime quando se trata de algo mais explícito, como fabricar e vender CDs falsificados (CASTRO, 2006, p. 03).

Para lidar com esse público, os produtores de *Breaking Bad* tiveram que falar a língua deles. Além de camisetas e acessórios, como mencionamos anteriormente, a AMC também mantém no seu *site* conteúdo exclusivo, como, por exemplo, trilha sonora, conforme a Figura 2, que não fazem parte dos roteiros da série, como tentativa de fidelizar o seu público.



118

Figura 1

Título: *Shop Bad*

Fonte: Captura de tela do site oficial da AMC. Disponível em <<http://www.amctv.com/shows/breaking-bad/shop>>, acesso em 10 de janeiro de 2014.

Quanto mais popular, maior a chance que a série tem de chegar mais rapidamente na casa do consumidor de forma oficial, através de um esforço por parte das distribuidoras. Isso tende a diminuir a pirataria, já que muitas pessoas usam como desculpa a demora da disponibilização dos materiais para baixá-los de forma paralela aos meios oficiais de circulação.

A circulação oficial não é (nem nunca foi) a única forma de as pessoas consumirem produtos. A internet trouxe um imediatismo na comunicação, que faz com que o público tome conhecimento dos produtos culturais muito tempo antes de eles chegarem até eles de forma oficial, e isso acaba criando uma lacuna de expectativa. Muitas vezes, a pirataria é a única forma que os consumidores tem de preencher essa lacuna.



**Abstract:** Piracy has been present throughout all the history of cinema, following the technologies used by the producers. As we see in this paper, the discussion around the unauthorized duplication of audiovisual materials increased with the dissemination of multimedia handsets, personal computers and also the internet, as these devices have given the user some control over the circulation of these materials. To talk about it, we take the example of the american television series *Breaking Bad*. In this work, we talk about how internet piracy influenced the popularity of the series, making it known in many countries shortly.

**Keywords:** *Breaking Bad*. Piracy. Internet. Digital Technologies.

## Referências

BOWSER, Eileen. *The Transformation of Cinema - 1907 - 1915*. New York, Scribner, 1990.

CASTELLS, Manuel. *A era da informação: economia, sociedade e cultura*. 11ª edição. São Paulo: Paz e Terra, 2008.

CASTRO, Gisela G. S. *Pirataria na Música Digital: Internet, direito autoral e novas práticas de consumo*. Unirevista, vol. 1, 2006.

DECHERNEY, Peter. *Hollywood's Copyright Wars*. New York: Columbia University Press. 2012.

ECKHARDT, Joseph P. *The King of the Movies: film pioneer Siegmund Lublin*. Cranbury: Associated University Presses, 1997.

GERBASE, Carlos. *Enxugando Gelo: Pirataria e Direitos Autorais de Obras Audiovisuais na Era das Redes*. Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, Volume 10, 2007. Disponível em <<http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/view/193>>, acesso em 09 de junho de 2013.

GILDER, George. *Telecosmo*. São Paulo: Campus, 2001.

LESSIG, Lawrence. *Cultura livre: como a grande mídia usa a tecnologia e a lei para bloquear a cultura e controlar a criatividade*. São Paulo: Trama, 2005.

LÉVY, Pierre. *Cibercultura*. São Paulo: Editora 34, 1999.

MCLUHAN, Marshall. *Os Meios de Comunicação Como Extensões do Homem*. São



Paulo: Cultrix, 1974.

MATTELART, Tristan. *Audio-visual piracy: towards a study of the underground networks of cultural globalization*. Paris: University of Paris VIII, 2009.

NEGROPONTE, Nicholas. *A Vida Digital*. São Paulo: Companhia das Letras, 2002.

OMPI - ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA PROPRIEDADE INTELECTUAL. *Módulo 3: Direito Autoral*. In: Curso Geral de Propriedade Intelectual. [S.l.], 2013.

SEGRAVE, Kerry. *Piracy in the Motion Picture Industry*. North Carolina: McFarland, 2003.

SELONK, Aletéia Patrícia de Almeida. *Distribuição Cinematográfica no Brasil e suas Repercussões Políticas e Sociais* – um estudo comparado da distribuição cinematográfica nacional e estrangeira. Dissertação (mestrado em Comunicação Social) – Faculdade de Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2004.

TIETZMANN, Roberto; PASE, André F. *Curiosidade e Fidelização: blogs como ferramentas de distribuição de conteúdo*. Seminário Blogs, Redes Sociais e Comunicação Digital. Novo Hamburgo: Feevale, 2008.

YAR, Majid. *The rhetorics and myths of anti-piracy campaigns: criminalization, moral medadody and capitalista property relations in the classroom*. London: Keele University, 2008.

AGUIARI, Vinicius. *PNBL e 3G fazem número de brasileiros online chegar a 79,9 milhões*. In: Revista Info. Editora Abril, 2012. Disponível em <<http://info.abril.com.br/noticias/internet/brasil-fecha-2011-com-79-9-mi-de-internautas-10042012-29.shl>>, acesso em 11 de novembro de 2013.

GAMA, Mara. *Museus liberam acervos para download*. In: Folha de São Paulo, 2013. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrada/125698-museus-liberam-acervos-para-download.shtml>>, acesso em 11 de novembro de 2013.

IMDB - Internet Movie Database. *Breaking Bad*. Disponível em <[http://www.imdb.com/title/tt0903747/?ref\\_=fn\\_al\\_tt\\_1](http://www.imdb.com/title/tt0903747/?ref_=fn_al_tt_1)>, acesso em 04 de novembro de 2013.

Internet World Stats. *Internet Users in South America*. Miniwatts Marketing Group, 2012. Disponível em <<http://www.internetworldstats.com/stats15.htm>>, acesso em 11 de novembro de 2013.

NETFLIX. Site oficial. Disponível em <<http://www.netflix.com>>, acesso em 11 de novembro de 2013.



PORTAL G1. *Pirataria ajudou a popularizar 'Breaking Bad', admite criador da série*. Disponível em <<http://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2013/10/pirataria-ajudou-a-popularizar-breaking-bad-admite-criador-da-serie.html>>, acesso em 04 de novembro de 2013.

SHOP BAD. In: AMC. Disponível em <<http://www.amctv.com/shows/breaking-bad/shop>>, acesso em 10 de janeiro de 2014.

VANCE, Ashlee. *Netflix, Reed Hastings Survive Missteps to Join Silicon Valley's Elite*. In: Business Week, 2013. Disponível em <<http://www.businessweek.com/articles/2013-05-09/netflix-reed-hastings-survive-missteps-to-join-silicon-valleys-elite>>, acesso em 11 de novembro de 2013.

YouTube Official Blog. *Watch Shows and Movies on YouTube*. Disponível em <<http://youtube-global.blogspot.com.br/2009/04/watch-shows-and-movies-on-youtube.html>>, acesso em 11 de novembro de 2013.