



O Direito Autoral na Internet e o Mercado de Bens Culturais¹

Lilian Cristina Monteiro França²
Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão, SE

RESUMO

O mercado de bens de consumo no Brasil, a partir do advento das TIC, vem experimentando novas formas de regulação estimuladas por modalidades de direito autoral e políticas de distribuição. Desde processos como o *print on demand/ vídeo on demand*, até sites específicos na Internet (a exemplo do *My Space* para a música), portais de domínio público, revistas científicas eletrônicas, todos suportados por modelos de direito autoral, com destaque para o *copyleft* e o *creative commons*, as alternativas se ampliam a cada dia. O uso das TIC ensejou uma série de mudanças nas indústrias culturais. O mercado editorial, o fonográfico, o de artes plásticas, ou mais amplamente o mercado de bens culturais, encontrou na Internet e no desenvolvimento de políticas de direito autoral em espaços digitais de disponibilização de conteúdos a possibilidade de estabelecer uma nova lógica de produção, disponibilização e consumo.

PALAVRAS-CHAVE: Indústria Cultural, Internet, Direito autoral; Copyright; Copyleft.

INTRODUÇÃO

O mercado brasileiro de bens culturais, baseado na forma tradicional de regulação através do *copyright*, atravessa uma fase de reposicionamento, em virtude das novas formas de regulação do setor, promovidas pela presença das TIC e de seus desdobramentos diretos: o *copyleft*, o *creative commons*, o software livre (GNU, Linux, entre outros), o e-book, o mp3, o jpg, o mpeg; e indiretos: os sites de download e de compartilhamento de arquivos e as demais formas de pirataria. De acordo com a FIPE - Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas, da Universidade São Paulo, o mercado de bens culturais vem crescendo no Brasil; só o mercado editorial registrou um faturamento de R\$3,013 bilhões em 2007, o que equivale a um crescimento nominal de 4,62%.

O mercado de downloads de música torna-se potencialmente maior a cada dia. De acordo com a ABPD mais de 1,1 bilhão de músicas foram baixadas em 2006; “Se esses *downloads* fossem feitos de forma legalizada, o setor teria arrecadado mais de R\$ 2

¹ Exemplo: Trabalho apresentado no GP Economia Política da Comunicação, XI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutora em Comunicação e Semiótica. Professora do Departamento de Comunicação Social e do Mestrado em Letras da UFS.



bilhões, ou seja, 3 vezes mais do que o montante faturado pelo mercado oficial no ano passado com a venda de CDs e DVDs originais, que foi de R\$ 615,2 milhões” (Disponível em http://www.abpd.org.br/musicaInternet_pesquisa.asp. Acesso em maio/2010).

Quanto ao mercado editorial brasileiro é dominado, principalmente, por livros didáticos (com parte substancial adquirida pelo Governo), que já constituem 50% do total de vendas. A forma de regulação dos direitos autorais está baseada na Lei nº 9.610, de 19 de fevereiro de 1998, em cujo texto não é mencionado o termo Internet, nem são especificados artigos ou parágrafos diretamente ligados a publicação de CDs, DVDs ou outras formas digitais de armazenamento ou distribuição, ficando todos os meios englobados sob o título geral de —de qualquer forma tangível, incluindo qualquer armazenamento permanente ou temporário por meios eletrônicos ou qualquer outro meio de fixação que venha a ser desenvolvido (Lei nº 9.610, Art. 5º., inciso VI).

O mesmo vem acontecendo com as artes plásticas, que passam a ter um número significativo de galerias on-line, que realizam vendas e leilões.

É evidente que o mercado precisa de uma nova legislação e de formas adequadas para se tratar de toda uma série de publicações em novos formatos e com novas concepções. O Brasil, na última década, vem apresentando um papel importante no uso de softwares livres, com iniciativas governamentais para a adoção destes nas instituições públicas. Desde 2003 o país vem implementando políticas de uso do *Creative Commons*, licença que se baseia na liberdade autoral e o Governo vem apoiando portais de acesso a periódicos e a obras de domínio público. Com tais políticas públicas de incentivo, o mercado editorial vem optando por buscar diferenciais que permitam manter o setor em crescimento, gerando novas formas de atingir o comprador e evitar a pirataria ou a adesão a outras formas de reprodução de conteúdo.

A Associação Brasileira de Direitos reprográficos avalia que 44% das vendas do setor são substituídas por alternativas que vão da Xerox ao texto em PDF, passando pelas *creative commons* e pelo *copyleft* e por inúmeras formas de burlar o pagamento de direitos autorais ou, mesmo, de citar adequadamente a fonte. É baseado neste estado de coisas que se produziu este estudo sobre o reposicionamento do mercado editorial brasileiro em face às TICs e às novas formas de regulação dos direitos autorais no Brasil, procurando traçar um quadro de diagnósticos e tendências para que se possa melhor entender o conjunto das práticas em andamento e as estratégias desenvolvidas pelo mercado do *copyright* para enfrentar o mercado do *copyleft*, por assim dizer.



O EXEMPLO DO MERCADO EDITORIAL BRASILEIRO

De acordo com o documento da FIPE – Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas da USP, “Produção e vendas do setor editorial”, 2008, o maior crescimento encontra-se no setor de livros religiosos, que apresentou uma variação positiva de 17,59% com relação ao não anterior. Esse dado se insere num contexto de análise que utiliza a pesquisa segmentada de setores editoriais. Quanto ao faturamento, o setor se divide nos seguintes subsetores: didáticos, obras gerais, religiosos, científico, técnicos e profissionais (CTP). As faixas de avaliação dos níveis de faturamento são: A: até R\$ 1 milhão por ano; B: de R\$ 1 milhão a R\$10 milhões por ano; C: de R\$ 10 milhões a R\$ 50 milhões por ano; D: mais de R\$ 50 milhões por ano. A pesquisa da FIPE (2008) revela, ainda, outros dados significativos (levando-se em conta os anos de 2007 e 2008): a quantidade de títulos publicados aumentou, mas o número total de exemplares publicados diminuiu (quase 3%); o número de reedições é 40% maior do que o número de primeiras edições; o setor de livros didáticos sofreu a maior queda (17,82) com relação a 2007; embora tenha sofrido queda (-2,36%), o setor de livros Didáticos é o que apresenta maior faturamento; o setor de CTP apresentou o maior crescimento (34,50%); -em termos de faturamento o maior crescimento foi no segmento de livros religiosos (17,59%). Os dados da FIPE mostram que: o setor ainda é bastante conservador, optando pelas reedições ao invés de investir em títulos novos; o aumento na quantidade de títulos segue a tendência de ampliação do número de títulos disponíveis, buscando atingir a um mercado ainda mais segmentado; o setor de livros didáticos, embora em queda, continua com um faturamento superior a 1 bilhão de reais, o que se deve, em parte, ao fato de ter o próprio Governo Federal como principal comprador. O número de títulos traduzidos ainda é muito pequeno (pouco mais de seis mil), a maioria deles traduzida do inglês, seguido pelo espanhol, italiano, francês, alemão e português (de Portugal), entre outros. Quanto a classificação temática, o mercado privilegia temas ligados a Educação Básica, Ciências Sociais (segmento que mais cresceu em 2008), Literatura Adulta, Literatura Infantil, Filosofia e Psicologia, tecnologia, entre outros.

Interessante perceber que os canais de distribuição ainda permanecem os mais tradicionais, mesmo com a inclusão de alguns pontos inovadores de vendas:

livrarias, porta a porta, distribuidores, empresas, escolas, colégios, supermercados, igrejas, feiras de livro, banca de jornais. A FIPE computa, ainda, a venda direta pelas



Editoras através da Internet, com um total de menos de 1% de participação no mercado. Nos últimos cinco anos, aplicado o IPCA como deflator, o mercado cresceu quase 50%, em virtude da incorporação de algumas estratégias que serão discutidas ao longo deste artigo. A queda do preço médio de venda do exemplar (tanto nominal quanto real), de R\$ 13,00 para perto de R\$ 9,00, demonstra um barateamento nas formas de impressão e enseja que tenha havido uma incorporação de novas técnicas e otimização de custos, como por exemplo através do uso do *print on demand*. De acordo com Rosa (2008), "O custo de montar uma editora é baixo, por isso é fácil entrar no mercado. Mas é difícil vender livros e permanecer", Segundo Guedes (2009), o mercado editorial, dominado praticamente por livros didáticos, de auto-ajuda e religiosos, a partir do emprego de novas tecnologias, começam a abrir espaços para nomes ainda não consolidados. A autora destaca que no período de 1990 a 2000, o mercado editorial brasileiro dobrou de tamanho este fato não está dissociado do fato de ter a Internet como vitrine. Essa vitrine tem permitido, também, o surgimento de várias pequenas editoras, cujos selos incluem autores novos, desconhecidos e, ainda, sem público cativo.

Os dados mais recentes demonstram um crescimento das editoras ligadas ao segmento dos livros didáticos, incentivadas pelo PNLD – Programa Nacional do Livro Didático, que em 2009 deverá gastar mais de 505 milhões de reais na aquisição de cerca de 100 milhões de livros didáticos (fonte http://ftp.fn-de.gov.br/web/livro_didatico/valores_negociados_editoras_pnld_2010.pdf).

De acordo com Rosa (2008), ter o Governo como principal comprador é um problema para o setor, entretanto, o mercado editorial brasileiro já atingiu os oito níveis de complexidade do setor na Europa e Estados Unidos: maturidade, entraves estruturais, concentração e diversidade, globalização, hipercompetição, mudança de orientação de marketing, aumento do número de títulos e transição digital. No que diz respeito a maioria, Rosa (2008, p. 37), baseado nos estudos de Churchill *et al*, destaca que um produto passa por quatro níveis: introdução, crescimento, maturidade e declínio; enquanto no países europeus e nos Estados Unidos o mercado editorial já atingiu a maturidade, países como a China e o Brasil passam a ser alvo da expansão dessas editoras, o que tem empurrado o mercado da fase de crescimento para a fase de maturidade. Essa fase de maturidade, conforme Rosa (2008), pode estar mais próxima do declínio, diante da nova variável interveniente, a presença das TICs que podem levar a mudanças mais drásticas no setor. Os entraves estruturais, no Brasil, dizem respeito ao



fato de existir um público consumidor ainda muito pequeno, aliás, a este respeito, cabe, mais uma vez, citar Rosa:

Há um pressuposto paradigmático que se expressa em grande número de análises que se fazem sobre o livro e a sua difusão: a idéia de que se deveria ler mais e de que a falta de leitura reflete algo “errado”, como a ausência de incentivos, a ineficiência dos governos, a falência da educação etc. O que aparece, no entanto, é que em cada uma dessas idéias existe um pouco de verdade, mas parece também que há entraves estruturais naturais à maior difusão do livro e que a tendência é a de que se agravem. Parece haver um número significativo de pessoas com capacidade de leitura e acesso ao livro que não se interessam pela leitura de livros: 50% dos portugueses jamais leram um livro na vida; o mesmo ocorrendo com 20% dos belgas, italianos e finlandeses; mesmo na Suécia, aonde mais de 90% já leram pelo menos um livro, 30% não leram nenhum em 2004 (CARNOY *apud* ROSA, 2008, p. 39).

A este fator, ainda segundo Rosa, estão associados problemas como: tempo para a leitura, qualificação, esforço, acesso ao livro mais adequado, entre outros fatores que vem afastando leitores e livros.

Três acontecimentos centrais contribuem para a concentração e a diversidade do mercado editorial: a venda de livros em shoppings, o surgimento de *megastores* e o advento da Internet como ponto eficiente de vendas. Além desses três pontos citados, cabe mencionar que as pequenas editoras continuam conseguindo espaço no mercado, sobretudo devido a: existência de barreiras de entrada para grandes corporações, existência de lacunas ou nichos de mercado, possibilidade de satisfazer as necessidades de clientes especiais e, ainda, a existência de tecnologia gráfica que permite pequenas tiragens e a impressão por demanda. O movimento da Globalização, ao mesmo tempo em que apresenta barreiras permite a superação de fronteiras, a facilidade do trânsito de capitais permite que os livros possam ter espaço também fora do país. A mudança de orientação de marketing vem sendo sentida no país, como já foi mencionado, novos pontos de venda tem sido selecionados, as empresas tornam-se menos familiares e mais profissionais, editoras buscam equilibrar catálogo e *best seller*, possibilidade de atender a um mercado segmentado. As características apresentadas levam a um aumento no número de títulos que, com pequenas tiragens quase sempre, pretendem atingir a públicos específicos, além de alimentar com novidades e lançamentos constantes o próprio mercado editorial. Finalmente, a transição digital passa a ocupar a pauta de editores e livreiros. Segundo Henrique Farina, diretor-geral da *Editores Gente*, em entrevista (2009),



Que o futuro é digital, ninguém tem dúvida. A questão é quanto tempo isso vai levar. As limitações das plataformas ainda é grande. O Kindle, vendido pela Amazon, é preto e branco, não é agradável, é pesado e não substitui o livro. Eu vejo muita gente carregando quando vai viajar. Por enquanto, acho que essa é a vantagem deles, em vez de carregar cinco ou mais livros, carrega-se apenas um e-book Disponível em <http://www.reptileeditora.com.br/blog/>. Acesso em agosto/2009.

Farina (2009) vai mais além, afirmando que “as editoras não querem ser pegadas de surpresa como a indústria da música, que foi engolfada pela pirataria e a distribuição gratuita de música pela web” e justamente por isso já começa a buscar novas formas de reposicionamento no mercado, utilizando, inclusive, as TICs e as novas formas de licenciamento autoral.

O DIREITO AUTORAL NA INTERNET

As tecnologias da informação e da comunicação, sobretudo a partir do final da década 80 do século XX, assumem papel cada vez mais central nas sociedades desenvolvidas do mundo. Bolaño e Brittos (2003) destacam que esta influência não se restringe aos setores produtivos da sociedade, em especial aqueles mais atrelados à lógica do capitalismo, apresentando rebatimentos na noção de esfera pública e em categorias como público e privado. A nova direção se aplica também aos setores não-hegemônicos, como destacam os autores:

Estes elementos de ordem diversa da lógica capitalista, que apontam para a possibilidade de práticas de comunicação mais democráticas, são limitados pela força e controle dos capitais, em especial no campo das comunicações, onde a mídia em geral – afetada profundamente em seu trabalho e em seus negócios pela introdução do paradigma da digitalização – exerce um importante papel, organizado, cada vez mais, pelo princípio econômico da exclusão pelos preços. Na nova esfera pública globalizada, a tecnologia e os novos meios geram impactos, tanto econômicos, quanto políticos e nas formas de sociabilidade, atingindo o espaço público. É na disputa para vencer os limites pelo capital e pela expansão da cultura ligada aos ditames do consumo, que se opõem à concretização de uma comunicação popular libertadora, articulando democracia e cidadania e testando e construindo potencialidades, que incide o atual movimento de digitalização geral, fruto da revolução microeletrônica e da reestruturação do capitalismo. Se hoje a técnica formatada precipuamente para a circulação de informações envolvendo os interesses dos capitais também é o canal principal de interação social, é por meio dela que as experiências alternativas também devem ser disseminadas, fortalecidas, apropriadas e re-trabalhadas (BOLANÓ E BRITTOS, 2003).



Nessa citação pelo menos três pontos centrais a este estudo são mencionados: 1) a tecnologia aponta para formas mais democráticas de acesso a informação, não controladas pelo capital; 2) os processos de digitalização exercem papel importante no processo de exclusão pelos preços; 3) as técnicas formadas para o fortalecimento do capital também são aliadas às formas de democratização de informações que fogem desse paradigma. Buscando aporte teórico na obra de Manuel Castells (2001), Lima e Santini, destacam a importância das TICs para o desenvolvimento de novas formas de licenciamento autoral:

Castells (2001) observa que cada modo de desenvolvimento é definido pelo elemento determinante dos níveis de produtividade no processo de produção, que na sociedade da informação estas fontes se encontram na tecnologia de geração de conhecimentos, de processamento da informação e de comunicação de signos. Uma das contribuições mais relevantes da Internet é permitir que qualquer indivíduo conectado venha a ser produtor, mediador e usuário. O alcance dos conteúdos é universal, resguardadas as barreiras linguísticas e tecnológicas dos processos de produção, disseminação e uso. É por meio da operação em redes de conteúdos que a sociedade atual se move para a sociedade da informação. A internet inclui pessoas não somente como receptores passivos, mas também como agentes ativos e determinantes, livres para escolherem o conteúdo, interagirem com ele, independentemente do espaço e do tempo em que se localizam. (MIRANDA. 2000). A construção da sociedade da informação se dá em ritmo acelerado e atinge níveis díspares nas diferentes sociedades. Werthein (2000) aponta que as desigualdades de renda e de desenvolvimento se reproduzem na sociedade da informação. Enquanto no mundo industrializado a informatização dos processos sociais tem que incorporar segmentos sociais e minorias excluídas, na grande maioria dos países em desenvolvimento, vastos setores engrossam a fatia dos que estão longe de poder se integrar. Este fato constitui um desafio ético para a construção da sociedade da informação. As tecnologias e as relações de produção difundem-se por todas as estruturas sociais, penetrando nas relações de poder e nas experiências, podendo induzir e gerar mudanças. O modo de desenvolvimento modela todas as esferas de comportamento social, inclusive a comunicação de signos. Há íntima conexão entre cultura e forças produtivas. Castells (2001) afirma que se pode esperar novas formas históricas de interação, controle e ação social (Disponível em www.cibersociedad.net. Acesso em julho/2009).

As TICs, ao passarem a integrar os processos de produção, editoração, publicação e distribuição de livros, passam a atuar sobre o mercado editorial, no nosso caso específico, sobre o mercado editorial brasileiro, que vai assumindo novas posturas e abrindo espaço para autores e temas novos, embora ainda se mantenha sustentado pelo tripé didáticos- religiosos- auto-ajuda. Isso se faz sentir nos dados apresentados pela FIPE, mas também numa leitura atenta das novas práticas de produção editorial. As exigências para abrir uma editora diminuiram a ponto de poderem funcionar na própria residência, com poucos equipamentos e a terceirização da maior parte dos serviços. O



mercado editorial brasileiro é o oitavo mercado do mundo, que contava em 2000 com 1.280 empresas no setor, número que continuou crescendo. Existem muitos períodos de crise e mudanças nesse mercado, praticamente obrigando-o a reposicionamentos constantes, como veremos mais adiante. A maior parte das Indústrias Culturais, música, cinema, entretenimento, produção editorial, reformulam seus contornos, seus públicos, suas necessidades e perspectivas. Os modelos tradicionais vêm-se atravessados por alternativas inovadoras e que demandam soluções urgentes. Não se trata de pensar em pirataria, embora essa prática ilegal no país seja uma das responsáveis pela perda de arrecadação, principalmente na música e no cinema. Mais antiga, a cópia xerox foi o equivalente para o mercado editorial e hoje concorre com os cópias em pdf que circulam pela Internet e podem ser baixada em programas do tipo *bit torrent* ou simplesmente enviadas de e-mail para e-mail.

. Uma das questões mais atuais a este respeito é o posicionamento do setor jurídico diante da problemática que vai surgindo: como regular esse universo tão novo e com práticas tão recentes?³ Ronaldo Lemos (2005), apresenta duas posições fundamentais para o direito contemporâneo: por um lado se defronta com a retomada de questões que já eram consideradas superadas na legislação disponível; por outro, defronta-se com demandas inéditas, cuja jurisprudência começa a se construir e com pontos de vista que variam dos mais flexíveis aos mais duros. A análise dos problemas concernentes a veiculação de obras através de meios eletrônicos, especialmente a Internet, tem sido dividida por especialistas (Lemos, 2005; Lessig, 1995,1999,2000, 2001 e 2004; Benkler, 1999; Burke, 1998 e 2000; Unger, 1996; Perrit, 2000, entre outros). Tais estudos demandam a criação de um —direito da tecnologia ou um — direito do comércio eletrônico ou, ainda, um — direito da propriedade intelectual nos meios digitais. De acordo com a maioria destes autores,

uma tecnologia como a *peer to peer*, em que um computador compartilha com outros computadores, também conectados pela Internet, arquivos protegidos por direito autoral, não cabe insistir no modelo de análise jurídica

³ Uma grande crítica tem sido feita ao DMCA – Digital Millennium Copyright Act. O DMCA é um texto normativo adotado nos EUA em 1998, com o objetivo de modificar o regime de proteção à propriedade intelectual, mais especificamente os direitos autorais, no sentido de combater a facilidade de cópia, circulação e, conseqüentemente, de violação de direitos autorais, trazida pela conjugação da tecnologia digital com a internet. As disposições do DMCA ampliaram de forma significativa os tradicionais limites do direito autoral, tais como forjados no século XIX - como por exemplo, criminalizou quaisquer iniciativas que tivessem por objetivo violar mecanismos técnicos de proteção a propriedade intelectual, isto é, bens intelectuais. Outro aspecto importante do DMCA é a necessidade de responsabilização de terceiros pela violação de direitos autorais na internet, como provedores de serviço de acesso (PSAs) e provedores de serviços on-line (PSOs). Ver detalhes na obra de Ronaldo Lemos, 2005.



tradicional, de procurar no ordenamento jurídico posto as normas jurídicas aplicáveis a essa situação, sem qualquer precedente histórico (LEMOS, 2005, p. 13).

É necessário, portanto, desenvolver uma estrutura jurídica adequada para os componentes comunicacionais desse novo *locus* – o ciberespaço. Em geral recorta-se esse espaço digital em três camadas: a camada física, a camada lógica e a camada de conteúdo, cada uma devendo receber um tratamento jurídico diferenciado. Na Internet, segundo Lemos (2005), as três camadas são proprietárias: a camada física, controlada por provedores de acesso e redes de comunicação; a camada lógica, sistemas operacionais, processadores de texto, planilhas, bancos de dados etc. e a camada de conteúdo, que embora ainda apresente algum espaço livre (*commons*) a cada estabelece novas barreiras para acesso a conteúdos, a cada dia mais arquivos abertos são se transformam em fechados. No que tange as formas de regulação, são quatro, segundo Lemos (2005), os segmentos a serem contemplados: a lei, as normas sociais, o mercado e a arquitetura, ou código. A lei compreende o conjunto normativo estatal, as normas sociais são as normas compartilhadas pelas comunidades, o mercado é a forma predominante de acesso aos bens econômicos e a arquitetura é a estrutura (o código). Em todos os quatro casos ainda estamos longe de encontrar formas de regulação adequadas ao novo contexto que se configura. Nesse sentido, uma série de licenças experimentais tem sido desenvolvidas, entre elas o *copyleft* e o *creative commons*, sempre alinhadas ao uso de softwares livres.

Mas, como ressalta Rosa (2008), os primeiros livros disponibilizados para a consulta online datam de 1971, através do portal www.gutenberg.org. No Brasil, o portal www.dominiopublico.gov.br, entre outros, tem exercido essa função de disponibilizar imagens, textos, músicas, vídeos que são de domínio público, *res common*, como propõe o direito. De acordo com o próprio site do portal:

O "Portal Domínio Público", lançado em novembro de 2004 (com um acervo inicial de 500 obras), propõe o compartilhamento de conhecimentos de forma equânime, colocando à disposição de todos os usuários da rede mundial de computadores - Internet - uma biblioteca virtual que deverá se constituir em referência para professores, alunos, pesquisadores e para a população em geral (Disponível em www.dominiopublico.gov.br. Acesso em setembro/2009).

Os dados gerais do acervo são significativos: 115.480 textos, 10.968 imagens, 2.489 sons e 1.158 vídeos (até agosto de 2009) e a sua política de acervo, no que se refere aos direitos autorais, destaca:



O acervo disponível para consulta neste endereço eletrônico (<http://www.dominiopublico.gov.br>) é composto, em sua grande maioria, por obras que se encontram em domínio público ou obras que contam com a devida licença por parte dos titulares dos direitos autorais pendentes. A recente alteração trazida na legislação que trata de direitos autorais do Brasil (Lei nº 9.610, de 19 de fevereiro de 1998; que revogou a Lei nº 5.988, de 14 de dezembro de 1973), que alterou os prazos de vigência dos direitos autorais; bem como as diferentes legislações que regem os direitos autorais de outros países; trazem algumas dificuldades na verificação do prazo preciso para que uma determinada obra seja considerada em domínio público. O portal Domínio Público tem envidado esforços para que nenhum direito autoral seja violado. (Disponível em www.dominiopublico.gov.br. Acesso em setembro/2009).

Em agosto de 2009, o portal —Domínio Público, recebeu mais de 800.000 visitas, que se comparadas as 60.000 de novembro de 2004, quando foi criado, demonstram um crescimento superior a 1.000% em cinco anos, com um total de acessos superior a 19 milhões. Apesar disso o portal vem apresentando problemas de manutenção e periodicamente são enviados e-mails a toda a comunidade científica e a sociedade como um todo para que sejam ampliadas as consultas ao portal a fim de justificar os custos de sua manutenção. Além da disponibilização de textos de domínio público, surgem novos tipos de licença para a publicação, sendo as mais importantes o *copyleft* e o *creative commons*. Enquanto o objetivo do *copyright* é o de controlar a produção a fim de obter lucros, punindo todas as formas de reprodução que não paguem os direitos autorais, o *copyleft* pretende justamente o oposto, ou seja, o material produzido sob este tipo de licença deve circular livremente e serão punidas as tentativas de uso comercial desses produtos. Mais complexa em sua legislação, a licença *creative commons* obedece ao espírito da livre circulação, mas normatiza as formas de uso e re-uso da informação.

O licenciamento Creative Commons surge sem a intervenção estatal ou a mudança do arcabouço jurídico-normativo. Trata-se de um uso da própria idéia e conceitos do direito autoral para modificar sua estrutura caso a caso, gerando autorizações caracterizadas pelo termo —copyleft. A idéia é permitir a criação de coletividades de obras culturais publicamente acessíveis, incrementando o domínio público e materializando as promessas da internet e das tecnologias digitais de maximizarem o potencial criativo humano. (LIMA e SANTINI, Disponível em www.cibersociedad.net. Acesso em julho/2009).

Um dos divulgadores da licença no Brasil, o já citado Ronaldo Lemos, em entrevista ao jornal *Folha de São Paulo*, argumenta:

Em relação à difusão da música através da Internet, o ECAD vem se esforçando para tentar impedir a disseminação da idéia de que o pagamento de direitos esteja ultrapassado no momento em que a licença *Creative Commons* adotou a idéia do —copyleftl contra o —copyrightl, de liberdade



autoral versus direito autoral. O escritório centralizador da arrecadação no Brasil anunciou uma ofensiva de cobrança de direitos em ambientes como a Internet e nos toques de campanha de telefones celulares (ringtones) em junho de 2004. De acordo com Glória Braga, superintendente do ECAD, o valor cobrado deve ser 5% em cima do preço do *download*, seja qual for o preço cobrado pelo site ou operadora de celular. (Folha S. Paulo, 18 de jun. 2004, p. E6) .

Mesmo com essas dificuldades as licenças do tipo *creative commons* continuam a ser cada vez mais utilizadas. O próprio livro de Lemos, publicado pela Editora da Fundação Getúlio Vargas, assinala que a obra é —licenciada por uma licença *creative commons*”, com a atribuição de uso não-comercial, compartilhamento pela mesma licença 2.0, o que significa que qualquer pessoa pode copiar, distribuir, exibir e executar a obra e, ainda, criar obras derivadas, desde que se mantenham as condições de: -atribuição: dar crédito ao autor do original; -não utilizar a obra com fins comerciais; -que qualquer obra baseada na estrutura da obra em tela deve utilizar o mesmo tipo de licença para a sua distribuição; -que para cada novo uso ou distribuição, é preciso deixar claro os termos da licença *creative commons*; -que todas essas condições podem ser alteradas a partir de uma permissão do autor; -que qualquer direito de uso legítimo (ou *fair use*) concedido por lei ou qualquer outro direito protegido pela legislação local não são em hipótese alguma afetados pelo disposto acima. Além destas formas apresentadas, a licença do tipo *creative commons* pode, ainda, ser utilizada como: -Não a obras derivadas- a cópia é livre mas a obra deve permanecer intacta; -Vedados usos comerciais – a obra não pode ser utilizada para obter lucros; -Recombinação – conhecida também como *sampling*, e desenvolvida pela *creative commons* em colaboração com a escola de Direito da Fundação Getúlio Vargas, no Rio de Janeiro-Brasil, permite o uso —de boa fé da obra que pode passar por técnicas de —sampleamento, —mesclagem, —colagem ou qualquer outra técnica artística. Várias editoras, a exemplo da Editora da FGV, tem utilizado este recurso, abrindo mão dos direitos autorais, ou de parte deles, em função de uma divulgação maior de seu nome ou de outras obras sob a sua guarda. Esse fato pode ser notado especialmente na indústria fonográfica, que distribui a DJs faixas abertas para que sejam —sampleadas e passem a marcar presença nas pistas, alavancando assim outras músicas do mesmo autor e o próprio autor. O Brasil ainda desenvolveu outros dois tipos de licença: o CC-GPL e o CC-LGPL, que utilizam as tradicionais GPL – *General Public Licence* e LGPL - *Lesser General Public Licence* – licenças ligadas ao uso de software livre - associadas aos preceitos do CC - *creative commons*. Esses fatos deixam claro que o país está cada vez mais voltado para o



desenvolvimento de novas formas de direito autoral, algumas delas já adotadas por várias editoras.

De acordo com Lemos (2005), vários segmentos da sociedade brasileira tem se movimentado: desde 1999 a Ordem dos Advogados do Brasil (OAB) estuda formas de redigir um documento modelo para regular as novas formas de direito autoral; O Congresso Nacional tem grupos de estudo sobre o tema; a Associação Brasileira de Propriedade Intelectual (ABPI) tem organizado, desde 2001, encontros para discussão e desenvolvimento de propostas; a Câmara Brasileira do Livro (CBL), criou grupos de estudos para analisar a produção e o mercado digital. Esses esforços visam a evitar que o mercado editorial brasileiro, a exemplo do mercado fonográfico, venha a ser surpreendido pela queda no faturamento com a influência das TICs no acesso a informação.

O Ministério da Cultura disponibiliza para *download* (em <http://www.cultura.gov.br/site/wp-content/uploads/2009/01/livro-direito-autoral.pdf>) um manual elaborado a partir do Fórum Nacional de Direito Autoral, que dentro outros aspectos, destaca: a fragilidade das obras em domínio público – que podem ser apropriadas por empresas privadas; dificuldades para aferir e distribuir os direitos autorais; ausência de legislação adequada para mediar conflitos e atender às novas perspectivas do direito autoral; necessidade de adequar a legislação ao uso das novas tecnologias; o documento, entretanto, não faz menção às formas mais atuais de *copyleft*.

Nesse sentido, cabe citar, mais uma vez Bolaño (2000), em seu livro "Indústria Cultural, Informação e Capitalismo, quando afirma que são nessas indústrias da cultura que se manifestam as contradições do capitalismo em seu ciclo acumulativo ou seja, em seus centros de produção é que colidem seus símbolos, discursos e controles com as resistências, demandas e valores dos consumidores. É nesse imbricamento que o *copyright* vai cedendo espaço ao *copyleft*.

REFERÊNCIAS

ALVES. Rodrigues. (2000). "Raio X do mercado editorial. Estudo revela as distorções de um país que tem mais editoras do que livrarias, num gargalo que encarece e dificulta acesso ao livro". In: **Jornal do Brasil – Caderno Idéias Livros**. Rio de Janeiro, 09 de setembro.



- BOLAÑO, César Ricardo Siqueira e BRITTOS, Valério Cruz (2009). “Capitalismo, esfera pública global e o debate em torno da televisão digital terrestre no Brasil”, **Contracampo**, Vol. 9, No 0, 2003, Disponível em <http://revcom2.portcom.intercom.org.br/index.php/contracampo/article/view>. Acesso em agosto/2009.
- _____. (2000) **Indústria Cultural, Informação e Capitalismo**. Porto Alegre, Hucitec.
- CASTELLS, M. (2001) **A sociedade em rede**. 5 ed. São Paulo: Paz e Terra.
- FARINHA, Henrique. (2009) Entrevista online, 26 de agosto de 2009. Disponível em <http://www.reptileeditora.com.br/blog/>. Acesso em agosto/2009.
- FIPE – Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas. (2008) “Produção e vendas do setor editorial”. São Paulo.
- FRANÇA, Luis De. (2009) “Editoras estudam como melhor explorar o livro digital”. In: **Veja.com**, 21 de agosto de 2009. Disponível em <http://veja.abril.com.br/noticia/variedades/editoras-estudam-como-melhor-explorar-livro-digital-492744.shtml>. Acesso em agosto/2009.
- FREIRE, A.; GATTO, F.; KON, F. (2009) **Cigarra – A Peer-to-Peer Cultural Grid**. Disponível em: <http://cigarra.arca.ime.usp.br>. Acesso em agosto de 2009.
- GANDELMAN, H. (2001) **De Gutenberg à Internet: direitos autorais na Era Digital**. Rio de Janeiro: Record.
- GONZALEZ DE GOMEZ, M.N. (2002). **Novos cenários políticos para a informação**. *Ci. Inf.*, Brasília: IBICT, v.31, n.1, p.27-40, jan.
- GUEDES, Fabiana. (2009) “Pelos becos e vielas da periferia” . In: **Le Monde Diplomatique**, fevereiro de 2009.
- HABERMAS, J. (1989) **Consciência moral e agir comunicativo**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro.
- _____. (2005). “A crise do estado de bem-estar social e o esgotamento das energias utópicas”. IN: HABERMAS, J. **Diagnóstico do tempo: seis ensaios**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro.
- LEMOS, A. (2004). “*Cibercultura, cultura e identidade: em direção a uma cultura 'copyleft'*” **Contemporânea – Revista de Comunicação e Cultura**: Facom/UFBA., Salvador., vol. 2, n. 2, dezembro de 2004., pp. 09 - 22.
- LEMOS, Rodrigo. (2005). **Direito, tecnologia e cultura**. Rio de Janeiro: Editora da FGV.
- _____. **Direito, tecnologia e cultura**. Rio de Janeiro: Editora da FGV, (2005).
- _____. *O Creative Commons e as transformações da propriedade intelectual*. In: BARBOSA FILHO, A.; CASTRO, C.; TOME, T. (orgs.). **Mídias Digitais: convergência tecnológica e inclusão social**. São Paulo: Paulinas.
- LIMA, C.R.M. SANTINI, R.M. (2009). **CREATIVE COMMONS E PRODUÇÃO CULTURAL COLABORATIVA NO BRASIL**. Disponível em www.cibersociedad.net. Acesso em julho/2009.
- MIRANDA, A. (2000) **Sociedade da informação: globalização, identidade cultural e conteúdos**. *Ci. Inf.*, Brasília: IBICT, v.29, n.2, p.78-88, maio/ago.
- ROSA, José Antonio. (2008) **Análise do livro como produto e como negócio no contexto brasileiro atual – Referências para a estratégia de marketing e comunicação na indústria editorial e para decisões de fomento e difusão do livro no âmbito governamental e institucional**. Tese de Doutorado, ECA/USP.
- SIMON, I. A (2000) —Propriedade Intelectual na Era da Internet. In: **DataGramZero - Revista de Ciência da Informação** - v.1 n.3 jun/00 - Artigo 03.

