

O MP3 e o Direito
Autoral
Página 2

Direito à Marca e
Direito Autoral: Limites
Página 4

— editorial —

A virada do milênio será para o segmento da propriedade intelectual brasileiro e mundial um marco determinante. Isso se deve ao fato deste ramo da economia ser o novo alvo dos grandes interesses econômicos mundiais, centrados principalmente no desenvolvimento da biogenética tecnológica, das bases de dados e programas de computadores, além de notável crescimento dos setores culturais tradicionais, como a comercialização de compact-discs. O acordo TRIPS (Acordo sobre Aspectos dos Direitos de Propriedade Intelectual Relacionados com o Comércio) demonstra a confluência de interesses de grandes grupos econômicos mundiais no assunto. Aliás não poderia ser menor a importância, quando pesquisa realizada nos Estados Unidos constatou que a indústria comum cresceu em média 2,5% naquele país, enquanto a chamada "indústria de direito autoral", 6,3% (). A discussão trazida nesse novo número do boletim vem contemplar esses temas, mais atuais do que nunca, como na entrevista publicada na íntegra "O MP3 e o Direito Autoral", concedido pelo eminente autoralista José Carlos Costa Netto à editora assistente da Revista Galileu, Solange Barreira. Este número também tem por objetivo tratar das perspectivas do marketing cultural como importante instrumento para o crescimento dos negócios, das empresas e, conseqüentemente, dos empregos.*

* Conforme citação em artigo de Otávio Afonso, Coordenador de Direito Autoral do Ministério da Cultura, publicado no site do MINC.

A direito AUTORAL

DISTRIBUIÇÃO ATENAF

Boletim informativo bimestral do escritório Azevedo, Cesnik e Salinas Advogados Ano 2 / Nº 6 – junho/julho 1999

POR QUE PATROCINAR UM PROJETO CULTURAL?

Muitas empresas já estão sensibilizadas para a importância de se patrocinar um projeto cultural. Têm, inclusive, tradição com sua marca vinculada a algum evento cultural anual ou não, na área da música, dança, artes cênicas, etc.

A maioria tem demonstrado interesse recente favorecido, principalmente, pelas Leis de Incentivo à Cultura. Elas têm contribuído para o incremento desta modalidade de negócio em um mercado ainda incipiente.

Mas, qual retorno minha empresa terá patrocinando um projeto cultural? É a pergunta fulminante que todo potencial patrocinador faz à queima-roupa. "Quando uma empresa investe em Cultura está beneficiando a si mesma", nos lembra Rockefeller, em citação feita por Maria Eugênia Malagodi e Fábio de Sá Cesnik no livro "Projetos Culturais".

A empresa, ao patrocinar um projeto cultural, tem sua imagem projetada através daquele produto ou evento: show, peça teatral, CD, etc.

É fundamental que um projeto cultural tenha seu público-alvo bem definido. A empresa pode, também, além de atingir seus clientes, elevar sua imagem até aqueles, ainda, não clientes. E, o que é mais importante, a empresa pode estar presente na vida dos clientes que deixarão, a partir de certo instante, de ser meros consumidores. O seu envolvimento com a marca passa a um nível mais elevado, sutil e perene.

Com o desenvolvimento e a disseminação dos processos de automação, as pessoas têm, a cada dia, mais tempo livre para a cultura e o lazer. Dado extremamente importante, que atende às exigências

atuais e aos interesses crescentes da empresa visando otimizar seus recursos. É um público cada vez mais criterioso e interessado em eventos, produtos e espaços artísticos e culturais. Com um detalhe: têm ótima capacidade de consumo.

Em termos sociais, uma resposta à pergunta acima é: para gerar empregos.

Todo projeto cultural, por mais simples que seja, tem uma equipe de profissionais envolvidos na sua realização.

O artista e o agente cultural, junto com a empresa patrocinadora e o Estado, formam a parceria que tem surpreendido quanto aos resultados. O público para o qual o projeto foi criado e formatado fica satisfeito.

O cliente desperta novo interesse pela empresa diante da nova postura da mesma frente à arte e à cultura. O, até então, não-cliente endossa o novo comportamento da empresa, passando a vê-la, aos seus produtos e aos seus serviços, com "outros olhos". Está criada uma nova relação, uma nova sintonia.

O Estado cumpre, neste contexto, um importante papel para a sociedade ao proporcionar à empresa a oportunidade de viabilizar através das Leis de Incentivo à Cultura – federais, estaduais ou municipais – um projeto cultural, gerando, ambos, dentre outros benefícios, empregos.

Todo projeto cultural deve ter elevado quilate em valor social e institucional.

José Jorge da Costa Netto - Poeta, Agente Cultural, parapeiro do escritório Azevedo, Cesnik e Salinas Advogados, professor de filosofia, membro do Conselho de Formação do jornalista, ex-Técnico de Formação Profissional do SENAC-SP.

O MP3 e o Direito Autoral

A evolução da tecnologia tinha atingido seu ápice. No mundo inteiro, qualquer pessoa, tanto nas grandes cidades como em regiões isoladas poderia ouvir música sem qualquer custo a não ser o de adquirir (e o da energia para fazer funcionar) o inovador equipamento.

Como seria possível, então, que os compositores recebessem por esse uso indiscriminado de suas obras em todos os cantos do mundo? Prenunciou-se o fim do direito autoral.

Era a "internet"? Não. Era somente o rádio se popularizando nas primeiras décadas deste século. O direito autoral não terminou mas, ao contrário, fortaleceu-se.

Em todos os países, titulares de direitos autorais (compositores, intérpretes, músicos e gravadoras) se reuniram em associações e organizaram um sistema de "gestão coletiva" que arrecada e distribui - até hoje - esses direitos. Só no Brasil as cifras atuais estão em torno de R\$ 8.000.000,00 por mês.

O mesmo ocorreu quando proliferaram as locadoras de vídeo, a grande maioria abastecida de fitas "pirata". Hoje já não é mais essa a situação: o mercado está legalizado e os direitos são respeitados.

Por que, então, temer a "internet"? Ao lado do imenso

benefício que a comunicação através do sistema de rede mundial de computadores proporciona na ampliação e facilitação de acesso, pelo usuário, a diversas modalidades de atividades culturais, o desafio de controle de direitos autorais se renova - em proporções mundiais gigantescas, é certo - mas a tecnologia que a criou deverá também, encontrar os meios de não deixar os autores desprotegidos.

O primeiro passo, nesse caminho, é saber quais são esses direitos. Vamos lá:

(as questões abaixo foram formuladas pela editora assistente da Revista Galileu - Solange Barreira)

1.- É ilegal baixar músicas em MP3?

Podemos responder com uma pergunta: é ilegal ouvir rádio? É lógico que não. Se uma emissora não está cumprindo a lei (pagando direitos autorais) o ato ilícito é dela e seus efeitos não atingem o ouvinte, uma vez, naturalmente, que este esteja escutando a emissora em casa, no automóvel, ou em âmbito doméstico ou privativo. Isso não impede, naturalmente, que a emissora possa condicionar a audição a determinado pagamento (como ocorre, por exemplo, em alguns sistemas de televisão a cabo). O mesmo pode

ocorrer no sistema da "internet".

2.- E colocá-los na "internet"?

Aí é outra história. Voltemos ao exemplo da emissora de rádio: quando esta coloca no "ar" uma música sem que esteja respeitando os direitos autorais está praticando um ato ilícito. Da mesma forma quem a coloca na "internet" sem respeitar os direitos autorais correspondentes.

3.- Que tipo de lei está sendo violada?

Com raríssimas exceções, todas as nações - civilizadas ou em vias de desenvolvimento - são signatárias de convenções internacionais que regulam a proteção aos direitos autorais. Seguindo sua orientação e conceitos, esses países promulgam, assim, legislações "internas" com pequenas variações entre estas. No Brasil, o direito autoral é disposto na Constituição Federal (artigo 5º, XXVII) que consagra o "direito exclusivo" do autor sobre a sua obra intelectual. Ou seja, apenas este (o autor ou quem o represente) pode autorizar o uso de sua obra intelectual. A partir desse princípio, a Lei Federal 9.610 que, a partir de 21.6.98 substituiu a anterior (de 1973), estabelece, no campo do direito civil, uma série de dispositivos que regulam o exercício desses direitos (ao longo de 115 artigos). No campo do direito penal, o Código

clipes clipes clipes clipes clipes clipes clipes clipes

Cinema Brasileiro com exibição obrigatória

O Decreto nº 3.024 de 12/04/99 fixa para o ano de 1999 a cota de 49 dias para a obrigatoriedade das salas de cinema exibirem obras audiovisuais brasileiras. As empresas com salas geminadas tem uma redução proporcional ao número de salas.

O não cumprimento do decreto acarreta multa correspondente ao valor de 10% da renda média diária de bilheteria, apurada no semestre anterior à infração, multiplicada pelo número de dias em que a obrigação não for cumprida. O relatório das salas será enviado para a Secretaria para o Desenvolvimento do Audiovisual (MinC).

Bens culturais e aduanas brasileiras

A Instrução Normativa nº 40/99 da Secretaria da Receita Federal assegura um tratamento especial nas aduanas brasileiras para os bens de caráter cultural. Segundo ela, o despacho aduaneiro para admissão ou exportação temporária de obras de valor artístico será feito mediante procedimento sumário. O trânsito desses bens destinados à participação em eventos culturais tem caráter prioritário. A legislação pode ser consultada no endereço:

<http://www.receita.fazenda.gov.br/>

Regulamentado o selo fonográfico

O Decreto nº 2.894 de 22/12/98 obriga produtores de fonograma e de obras audiovisuais a apor o selo fonográfico numerado seqüencialmente em cada unidade de produto colocado no mercado. O selo é confeccionado pela Casa da Moeda do Brasil e distribuído pelas unidades da Secretaria da Receita Federal, mediante ressarcimento de custo, que deverão manter todas as informações relativas ao selo como públicas. A obrigatoriedade iniciou-se em 1º de abril de 1999.

clipes clipes clipes clipes clipes clipes clipes clipes

Penal Brasileiro, em seu artigo 184, estabelece que é crime violar direito autoral.

4.- Quem usa esses arquivos numa festa tem que pagar direitos autorais? E se a música em MP3 tocar num bar ou nos meios de comunicação?

O direito autoral decorrente de utilização de obras musicais é devido, basicamente, em três situações: na inclusão ou sincronização (quando a música é incorporada em um filme, por exemplo), a reprodução e a execução pública. Assim, para que os direitos sejam devidos em decorrência da utilização de música em uma festa é necessário saber se trata-se de uma festa familiar (de âmbito doméstico) ou se é aberta ao público (um clube, um salão alugado para eventos, etc.). Em suma: se puder ser caracterizada a execução como pública, sejam as músicas brasileiras ou estrangeiras, é necessário obter a licença da entidade representante dos compositores e demais titulares de direito autoral (no Brasil é o ECAD - Escritório Central de Arrecadação e Distribuição) e pagar a respectiva remuneração. Por isso, no caso dessa utilização de música ser realizada num bar ou nos meios de comunicação essa licença (ou autorização) e pagamento são indispensáveis, sob as penas da lei.

5.- Quem grava MP3 em CD está cometendo algum crime?

A "gravação" de uma música, nesse caso, significa reproduzi-la ou seja, copiá-la a partir de um arquivo disponível na "internet". A esse respeito, houve uma sensível mudança no regime legal brasileiro: se a lei anterior (5.988, vigente de 1973 a 1998) permitia "a reprodução, em um só exemplar, de qualquer obra, contanto que não se destine à utilização com intuito de lucro" (artigo 49, II) já a nova lei brasileira (9.610, vigente a partir de 21.6.98) limita ainda mais essa possibilidade permitindo apenas "a reprodução, em um só exemplar, de pequenos trechos, para uso privado do copista, desde que feita por este, sem intuito de lucro" (artigo 46, II). Portanto, esses limites devem ser respeitados sob pena de "violação de direito autoral", que, apesar de ser considerado, genericamente, como crime pela lei brasileira ("norma penal em branco") é reprimido pela via da ação penal pública apenas quando ficar caracterizado

o intuito de lucro (parágrafo 1º e 2º do artigo 184 e artigo 186 do Código Penal).

6.- Qual seria a pena no caso de um processo no Brasil?

Detenção de 3 meses a 1 ano ou reclusão de 1 a 4 anos, dependendo da gravidade do crime (como "pirataria", por exemplo), além de multas e pesadas indenizações.

7.- E no exterior?

Como já esclarecido, as legislações internas (de cada país) seguem os princípios estabelecidos pelas convenções internacionais, mantendo, assim, um certo padrão, apenas com algumas variações de país para país.

8.- Qual a saída para regulamentar a situação do MP3 na "internet"?

Se o regime legal de proteção de direito autoral está claro, é necessário aprimorar o seu cumprimento. A saída está na própria tecnologia que criou a possibilidade de utilização de obras intelectuais através de uma rede mundial de computadores desenvolver, também, mecanismos que possibilitem aos titulares de direitos autorais o controle, mesmo que de forma coletiva, de suas obras e recebimento da consequente remuneração a título de direitos autorais.

A saída está na própria tecnologia (...) desenvolver, também, mecanismos que possibilitem aos titulares de direitos autorais o controle, mesmo que de forma coletiva, de suas obras e recebimento da consequente remuneração a título de direitos autorais.

9.- Os aparelhos portáteis que tocam MP3 são ilegais?

Não. Mas já há exemplos em alguns países de cobrança de remuneração autoral - paga pelos fabricantes - sobre as fitas "virgens" (discos ou outro suporte próprio a gravações) e, também, sobre aparelhos reproduzidores. Tal remuneração representa uma forma de compensação aos titulares de direitos autorais em relação às milhões e milhões de reproduções

privadas (domésticas) de suas obras realizadas diariamente no mundo todo. Esse dispositivo constava no projeto da nova lei brasileira de direito autoral mas, infelizmente, foi inexplicável e sumariamente "retirado" na votação final (sessão plenária de aprovação da lei na Câmara dos Deputados).

10.- Como o autor da música pode reclamar seus direitos?

O autor, diretamente, ou (na hipótese de ação judicial) através de advogado, pode acionar o infrator ou, então, como ocorre na maioria dos casos, entregar a administração de seus direitos autorais à editora musical que cuidará dos seus interesses junto a companhias fonográficas (gravadoras) recebendo e repassando a ele as remunerações pertinentes e acionando os infratores. Quando se tratar de utilização de obras musicais pela via da execução pública (em rádio, televisão, casa de diversões públicas, etc.) integrando uma das associações de titulares que, através do ECAD - Escritório Central de Arrecadação de Direitos Autorais, arrecadará - pelo regime da "gestão coletiva" - seus direitos no Brasil. No exterior essa arrecadação se dará por meio de acordos de reciprocidade que a associação representante do compositor brasileiro mantiver com associações congêneres estrangeiras. Em casos mais graves - na hipótese de violação de direitos autorais, principalmente com fins lucrativos ("pirataria") - a autoridade policial deverá, também, atuar na repressão criminal.

11.- Que medidas devem ser tomadas para quem pretende colocar arquivos (que contenham músicas) na rede sem desprezar os direitos autorais?

Consultar - e obter - autorizações (condicionadas ou não à remuneração) por escrito dos respectivos titulares de direitos autorais ou quem os represente (gravadoras, editoras, associações de titulares e outros).

José Carlos Costa Netto é advogado especializado em direito autoral e parceiro do escritório Azevedo, Cesnik e Salinas Advogados, compositor e mestre em direito civil pela USP. Foi presidente do Conselho Nacional de Direito Autoral (órgão do então Ministério da Educação e Cultura) de 1979 a 1983 e publicou no ano passado, o livro "Direito Autoral no Brasil" pela editora FTD.

Direito à Marca e Direito Autoral: Limites

A proteção da propriedade intelectual funda-se no interesse social de elevar ao maior grau de proteção aqueles bens que, em função de conhecimentos próprios agregados, contribuem com o desenvolvimento técnico, científico e cultural de uma comunidade. Esta proteção se reverte no direito de propriedade exclusiva sobre o que foi inventado ou desenvolvido, explorando-o de forma comercial ou não.

Dentro do sistema concebido para a proteção da invenção técnica (em oposição à artística ou estética) firmou-se o conceito da propriedade industrial com o sentido de proteger as criações com aplicação industrial ou comercial, com vistas à satisfação das necessidades materiais dos seres humanos, que não se confunde com a concepção das artes, que tocam o espírito.

Com o objetivo de fixar um limite entre a propriedade industrial e o direito autoral, conceitua Newton Silveira que "é o caráter expressivo, indissolavelmente ligado à forma, que vai denunciar o eventual valor

artístico de uma criação em qualquer área da atividade humana" (A propriedade intelectual e a nova lei de p. industrial, Ed. Saraiva, São Paulo, 1996). Desta forma, o padrão expressivo da obra artística ou da criação com aplicação industrial ou comercial definirá o modo pelo qual a proteção deverá ser feita.

A proteção das marcas não se confunde com a que recebe o direito autoral, estando expressamente consignada na legislação da propriedade industrial que não serão objeto de registro como marca a "obra literária, artística ou científica, assim como os títulos que estejam protegidos pelo direito autoral e sejam suscetíveis de causar confusão ou associação, salvo com consentimento do autor ou titular".

Entendendo melhor o que o legislador retirou da incidência daquela norma, verifica-se todo o corpo da obra autoral e também os títulos, desde que não sejam requeridos pelo próprio titular originário ou derivado. Por outro lado, a marca que reproduza qualquer título de obra literária não será registrada se seu uso culminar

em ações de desestruturação de mercado por dois fenômenos distintos: a confusão e a associação. Estas são, portanto, práticas anti-concorrenciais por meio das quais o comerciante se insere no mercado pela alusão que faz a outra marca, de maior apelo mercadológico e conhecimento anterior.

o padrão expressivo da obra artística ou da criação com aplicação industrial ou comercial definirá o modo pelo qual a proteção deverá ser feita.

A coibição à prática da concorrência desleal acaba por aproximar os ramos da propriedade industrial e direito autoral, no sentido de não permitir que a inserção de um conhecimento de cunho artístico seja aproveitado indevidamente no ramo comercial, identificando produtos ou serviços sem a autorização do titular.

Priscila Akemi Beltrame
Advogada

agenda agenda agenda agenda agenda agenda agenda

07 e 08 de junho

Simpósio Internacional sobre Infraestrutura Global de Informações e Propriedade Intelectual

Promoção conjunta do Ministério da Cultura, OMPI e ABPI.

Local: Auditório da Câmara Americana de Comércio de São Paulo

Informações pelo telefone (011) 885.8278 ou e-mail: ccorrea@sagesse.com.br

23 a 25 de junho

Conferência sobre Propriedade Intelectual e Comércio Eletrônico

Promoção da Organização Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI)

Local: Palácio das Nações - Genebra - Suíça

Informações pelo e-mail: wipo@wipo.int

03 a 06 de agosto

Seminário Internacional sobre Administração Coletiva de Direitos Autorais e Direitos Conexos para países africanos de Língua Portuguesa

Promoção conjunta do Ministério da Cultura, OMPI e UBC

Local: Hotel Glória - Rio de Janeiro - RJ

Informações pelo e-mail: spccda@minc.gov.br

24 e 31 de julho

COMO FORMATAR UM PROJETO CULTURAL

Ministrado pela professora Maria Eugênia Malagodi
Local: Centro de Comunicações e Artes do SENAC

Rua Scipião, nº 67 - Lapa
Informações pelo telefone (011) 3872.6722

agenda agenda agenda agenda agenda agenda agenda

Mantenha seu cadastro atualizado pelo fax (011) 870-3379 para o recebimento do Boletim Informativo de Direito Autoral

EXPEDIENTE

O Boletim Informativo de Direito Autoral é destinado exclusivamente aos clientes do escritório Azevedo, Cesnik e Salinas Advogados. Ano 2, nº 5. Distribuição dirigida. Venda proibida. Tiragem: 1.000 exemplares. Advogados sócios: Ana Carmo de Azevedo, Fábio de Sá Cesnik e Rodrigo Kopke Salinas. Consultoria em incentivos fiscais: Maria Eugênia Malagodi, Fábio de Sá Cesnik e José Jorge da Costa Netto. Projeto editorial: Escrituras Editora. Jornalista Responsável: Raimundo Gadelha - Registro 02315 - MTB - Delegacia Regional do Trabalho - PA. Colaboração e revisão: Priscila Akemi Beltrame. Fotolito: Paper Express. Impressão: ViaPrint.

Correspondência: Azevedo, Cesnik e Salinas Advogados, R. Fradique Coutinho, 701, 05416-011, Pinheiros, S. Paulo, SP, Brasil. Telefax: (55 11) 870.3379 E-mail: csmadvs@br.homesopping.com.br.