

Indústria criativa: direitos de autor e acesso à cultura

Antônio Márcio Buainain*

Cássia Isabel Costa Mendes**

Antônio Braz de Oliveira e Silva***

Sérgio Medeiros Paulino de Carvalho****

Resumo O artigo tem por objetivo apresentar uma breve reflexão sobre a indústria criativa – pontuando sua gênese, evolução, delimitação de seu objeto e atividades que a compõem – e o acesso aos bens culturais. Reconhece-se a importância da lei de direitos autorais como marco básico para o funcionamento e crescimento sustentável e harmônico da indústria criativa, mas aqui se argumenta, com base no amplo levantamento feito pelo IBGE, que as dificuldades de acesso à cultura enfrentadas pela maioria da população brasileira são pouco relacionadas às falhas da legislação autoral. Para tanto, o artigo contém duas partes. Na primeira se apresenta a indústria criativa, tendo como base as metodologias que a Conferência das Nações Unidas para Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD) e a Organização Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI) utilizam para delimitar a importância socioeconômica desta indústria. Na segunda resumem-se informações do Suplemento de Cultura da Pesquisa de Informações Básicas Municipais (MUNIC-IBGE), de 2006, procurando indicar a precariedade das condições de acesso à cultura na maior parte do território nacional. As conclusões apontam que, a despeito da lei autoralista ser imperfeita e incompleta – características imanentes de leis que não conseguem acompanhar o dinamismo dos avanços sociais e tecnológicos –, ela não obsta de todo o acesso a bens culturais; fatores de ordem pessoal e material contribuem para o maior ou menor acesso a estes bens, tais como nível educacional, políticas públicas, fomento do governo na área da cultura, disponibilidade de bens culturais públicos e infraestrutura de cultura.

Palavras-chave indústria criativa, acesso à cultura, lei de direito autoral

* Doutor em Ciência Econômica pela Universidade Estadual de Campinas (Unicamp). Professor Livre Docente do Instituto de Economia da Universidade Estadual de Campinas (Unicamp), pesquisador do Instituto Nacional de Ciência e Tecnologia em Políticas Públicas, Estratégias e Desenvolvimento (INCT/PPED) e do Grupo de Estudos em Organizações da Pesquisa e Inovação (GEOPI), do Instituto de Geociências da Unicamp. Endereço postal: Unicamp, Núcleo de Economia Agrícola, Cidade Universitária Zeferino Vaz, s/n, Campinas, São Paulo, CEP. 13083-970 e telefone (19) 3521-5749.

** Doutoranda em Desenvolvimento Econômico pelo Instituto de Economia da Unicamp. Endereço postal: Embrapa Informática Agropecuária, Av. Dr. André Tosello, 209, Barão Geraldo, Campinas, São Paulo, CEP. 13083-886 e telefone (19) 3789-5799.

*** Doutor em Ciência da Informação pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). Endereço postal: Fundação Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE - MG), Rua Oliveira, 523 - 1o andar, Cruzeiro, Belo Horizonte, CEP. 30310-150 e telefone (31) 2105-2406.

**** Doutor em Ciência Política e Tecnológica pela Unicamp. Endereço postal: Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI), Coordenação Geral de Articulação Institucional e Difusão Regional, Praça Mauá, nº 7 - sala 1805, Centro, Rio de Janeiro, CEP. 20081-240 e telefone: (21) 2139-3187.

Creative Industry: copyrights and access to culture

Abstract The article presents an overview of the creative industries and access to cultural goods in Brazil. The copyright laws are relevant but insufficient for the development of this industry. To the majority of the population, the lack of access to cultural property is not related to the framework legislation. The first part of the article presents the creative industry and its socioeconomic importance, as defined in the United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD) and World Intellectual Property Organization (WIPO) methodologies. The second part presents the results of the Cultural Supplement of Basic Municipal Information Survey (MUNIC-IBGE) in 2006, showing the precarious conditions of access to culture goods in most parts of the country. The overall conclusion of these analyses is that, despite shortcomings and flaws, is not the copyright laws that prevents access to cultural goods. Personal characteristics, like formal education, and materials conditions, such as cultural public policies and infrastructure development, facilitate access to cultural goods.

Keywords creative industries; access to cultural goods; copyright laws

Introdução

Vivemos em uma sociedade dominada por bens materiais e imateriais protegidos, direta e ou indiretamente, pelas regras que regem os direitos de autor e conexos: cinema, teatro, literatura, artes em geral, *design*, *software*, música, TV, rádio transmissão, enfim, cultura em geral, ocupam cada vez mais espaço na vida cotidiana das sociedades contemporâneas. E essa indústria terá cada vez maior impacto na vida das pessoas e nas sociedades modernas. A sustentabilidade da vida no planeta requer mudanças no padrão de produção e de consumo na direção de bens e serviços intensivos em conhecimento, frutos da inteligência e da criatividade humanas, e um desses segmentos é a chamada Indústria Criativa (*Creative Industries*), base da cada vez mais abrangente Economia Criativa.

De forma direta e indireta, a dinâmica desta indústria está pelo menos em parte associada à produção de intangíveis que são ou podem ser objeto de propriedade intelectual, na maioria dos países regulada pelo instituto jurídico dos direitos de autor, ou direitos de cópia (*copyright*). Por esta razão a Organização Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI) utiliza a denominação Indústria de Direitos de Autor (*Copyright industries*) para indicar o conjunto de atividades de produção, reprodução e distribuição de bens protegidos pelos direitos de autor.

Michel (1997) esclarece que as questões relacionadas com os direitos de autor foram fortemente transformadas com o crescimento cada vez mais amplo da utilização das Tecnologias de

Informação e de Comunicação (TICs), que popularizou o uso e acesso à informação e aos bens culturais em meio digital. Dessa forma, segundo este autor, as questões envolvendo direitos de acesso e reprodução que eram resolvidas por meio do estabelecimento de normas e leis e pela adoção de convenções internacionais, “*assumiram uma atualidade particular nesse momento em que surge uma verdadeira sociedade da informação*”, como afirma Michel (1997, p. 1), sendo que as novas tecnologias de produção e exploração da informação digital – e que podem ser estendidas para todos os bens culturais já digitalizados ou digitalizáveis – modificam, de maneira radical, a própria economia dessa indústria.

Para as sociedades modernas, o sucesso no processo de desenvolvimento está relacionado à capacidade das empresas de identificar, cultivar e explorar ativos intangíveis que, em última análise, conformam as suas competências essenciais para enfrentar o processo de concorrência. Neste processo, as inovações – introdução de novos bens e serviços no mercado ou a adoção de novos processos de produção – são fundamentais para o desempenho das empresas e o desenvolvimento econômico.

Nas empresas, as capacidades necessárias à inovação estão associadas aos ativos intangíveis, tais como o conhecimento, a capacidade de inovação, o capital intelectual e a qualificação da equipe técnica. Os conhecimentos contidos nas rotinas empresariais são, em grande medida, partes do conhecimento tácito de seus membros e as combinações de recursos no interior da firma se dão pela interação dos conhecimentos de seus membros. Assim, por causa da necessidade de coordenação dos conhecimentos tácitos e não codificáveis, acumulados por indivíduos no interior das empresas, a gestão dos ativos intangíveis assume uma função estratégica.

Neste contexto, cresce a importância da propriedade intelectual como instituição necessária para dar proteção e facilitar a valorização econômica dos ativos intangíveis. Ainda que insuficiente, não pode ser desconsiderada a importância dos estatutos de proteção legal da propriedade intelectual. Ao contrário, considera-se que os mesmos são condição essencial para o funcionamento eficaz das economias contemporâneas, principalmente no estágio atual, no qual ativos intangíveis na forma de conhecimento científico e tecnológico são vistos como os propulsores do crescimento e desenvolvimento econômico e social.

A percepção da importância da propriedade intelectual na sociedade contemporânea não significa validar, de forma automática e acrítica, os institutos vigentes, até porque há farta evidência de que os mesmos já não respondem às necessidades de segmentos importantes da indústria criativa e tampouco conseguem assegurar a circulação fluída dos bens e serviços desta indústria. Além disso, em muitos casos o exercício dos direitos de propriedade, tal como conferidos no marco institucional vigente, parecem colidir com direitos dos cidadãos também inscritos no mesmo marco institucional, o qual se traduz no sentido social da propriedade privada.

O artigo tem por objetivo apresentar uma breve reflexão sobre a indústria criativa – pontuando sua gênese, evolução, delimitação de seu objeto e atividades que a compõem – e o acesso aos bens culturais, tendo como tese de que a lei de direitos autorais pouco interfere neste acesso. Para tanto, a metodologia conta com duas etapas: a) análise das metodologias da Conferência das Nações Unidas para Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD) e da OMPI utilizadas para delimitar a importância socioeconômica desta indústria; b) análise do Suplemento de Cultura da Pesquisa de Informações Básicas Municipais (MUNIC-IBGE), de 2006, ambas tendo como leitura de pano de fundo a lei de direitos autorais brasileira. As conclusões apontam que, a

despite of the authorial law being imperfect and incomplete – characteristics inherent to laws that cannot accompany the dynamism of social and technological advances –, it does not obstruct access to cultural goods, but other factors are placed as more important restrictions, among which the deficit of infrastructure, public policies with a “elitist” view of culture, precariousness of government funding in the area of culture, low educational level and poverty, to mention a few.

The article is structured into five sections, including this introduction and the conclusion. The second section highlights the genesis and evolution of the creative industry, and, in the third, presents its scope, contours, delimitation of its object and activities that compose it. After the understanding of what it is and which activities are inserted in this industry, in the fourth section, two methodologies used to delimit its socio-economic importance, one from the UNCTAD conference and the other from the WIPO. Focusing on Brazil, in the fifth section, the current portrait of access to cultural goods in Brazil, using the MUNIC-IBGE, 2006, as a source, and makes a rapid discussion of the authorial law and the proposed changes, analyzing access in light of the referred legal framework. In the end, some final considerations are made.

Indústria criativa: gênese e evolução

The industry of authorial right incorporates the industry of culture, but includes other inter-related, articulated and partially dedicated activities to support the creation and circulation of protected goods and/or subjects to the protection of authorial rights. Although the industry of culture is, without doubt, the “heart and mind” of the creative activity in contemporary society, it cannot be considered as the industry of authorial right.

Besides the activities more directly linked to the production of protected goods by authorial rights, such as theater and cinema, many others are linked, in a greater or lesser degree, to the industry of culture. These are “dependent” activities, but at the same time necessary and even essential—, those that produce protected goods. These include the production of equipment for the production and use of protected goods, construction and maintenance of installations, distribution services, such as bookstores, libraries, video clubs etc., transporters and so on. The group can be further broadened to include activities that are partially dependent on the core, but that in some way also benefit from the activities carried out by the core.

By broadening the concept and limits beyond the industry of culture properly said, the definition of the industry of authorial rights provokes polemics and enters a zone of uncertainty. What are the limits of this industry? Which activities should be included based on what criteria? The answers are not unique, and, until 2003,¹ each study adopted its own methodology, which made comparison between countries difficult.

¹ Ano em que a OMPI definiu os contornos da indústria de direitos de autor no *Guide on Surveying the economic contribution of the Copyright-based industries* (OMPI, 2003).

Além do problema de delimitar a indústria, os estudos enfrentam outro obstáculo, mais sério para a maioria dos países: a disponibilidade de informações estatísticas atualizadas e com grau suficiente de detalhamento para permitir recompor o tamanho e importância econômica da indústria. Na maioria dos países, até mesmo entre muitos desenvolvidos, as informações são publicadas em nível de agregação que dificulta, se não impede completamente, dar uma ideia precisa da indústria de direitos de autor.

Um exemplo ajuda a compreender o problema. A indústria de comunicação é obviamente relevante para a indústria de direitos de autor, pois nela estão classificadas as atividades de geração e reprodução de material protegido, desde filmes, programas de TV até músicas e criações de propaganda. Mas inclui também as atividades de telefonia, cuja relação com material protegido é tênue, em que pese o crescente volume de transmissão de imagens e dados por telefone. Se as estatísticas do país são apresentadas em 4 dígitos, é possível separar as várias atividades e computar como indústria de direitos de autor apenas aquelas que de fato deveriam ser incluídas em função do critério adotado. Se as informações não estão abertas, o analista se defronta com o seguinte dilema: incluir tudo implicaria superestimar o peso da indústria de direitos de autor; não incluir levaria à subestimação. A alternativa intermediária é usar algum tipo de parâmetro construído a partir de informações disponíveis para arbitrar qual a participação de cada grupo de atividades na indústria de comunicações. Esse exercício quase sempre implica certa arbitrariedade, mas é melhor do que as duas primeiras opções: por mais arbitrário que seja, esse procedimento reduz o erro da sobrestima ou da subestima.

Os termos “indústria da cultura”, “indústria criativa” e “economia da cultura ou criativa” são hoje de uso corrente pelo conjunto de atores que participam e têm interesses (*stakeholders*) em vasto e complexo conjunto de atividades que integram e conformam estas indústrias. A delimitação de qualquer um destes conjuntos não é trivial e envolve tanto polêmicas substantivas sobre a natureza das atividades culturais ou criativas que poderiam ser incluídas nas respectivas indústria quanto dificuldades práticas para reproduzir os recortes conceituais a partir das estatísticas disponíveis na maioria dos países.

A utilização do termo “indústria da cultura” não é nova. Foi introduzida no pós-guerra, de maneira provocadora, por filósofos da Escola de Frankfurt, que associavam indústria e cultura — realidades que supostamente se opunham — para chamar a atenção para o empobrecimento da cultura provocado justamente pela sua apropriação pela indústria. Embora a utilização do termo ainda seja carregada de polêmica — muitos ainda se referem à “indústria da cultura” como algo depreciativo—, o termo é comumente empregado para designar, até de forma intuitiva, o conjunto de atividades relacionadas à produção e difusão de cultura, ou de bens culturais.

Para a Organização das Nações Unidas para Educação, Ciência e Cultura (UNESCO), as indústrias culturais se caracterizam por combinar a criação, a produção e comercialização de um intangível de natureza cultural, que é passível de proteção autoral, seja um produto ou um serviço (UNESCO: 2001). São atividades que se caracterizam tanto pela intensidade do trabalho incorporado como pelo conhecimento utilizado na produção, distribuição e consumo. Para a UNESCO, os bens culturais estão no núcleo da indústria da cultura, que tem o papel central de “*promoção e manutenção da diversidade cultural e o acesso democrático à cultura.*”

Os bens culturais têm características que os aproximam de bens públicos, tal como definido por Stiglitz (1988), e por isto a apropriação privada do esforço despendido na geração de produtos culturais apresenta especificidades e exigem proteção particular.

Entre as características presentes em muitos bens culturais e nas formas dominantes de circulação, cabe ressaltar a não-rivalidade e a não-exclusão. Em termos estritos, não-rivalidade significa que o consumo de um bem não priva outrem de consumi-lo. Já a não-exclusão se traduz na impossibilidade ou dificuldade para discriminar quem vai ou não utilizar o bem produzido uma vez posto em circulação. As emissoras de rádio e TV são exemplos marcantes citados em muitos manuais de economia. Desde que o consumidor do bem cultural tenha os aparelhos receptores é praticamente impossível impedi-lo de captar os sinais emitidos pelas emissoras e o fato de uma família ver um programa na TV aberta ou sintonizar uma estação de rádio não exclui o vizinho de também fazê-lo. Por isto, desde muito cedo, o faturamento das rádios e TVs teve como base a prestação de serviços a terceiros, principalmente a veiculação de publicidade, e não a cobrança direta aos telespectadores e ouvintes em geral.

Pode-se dizer que as novas tecnologias, ao facilitarem a reprodução e difusão de muitos bens culturais, acentuaram estes dois traços de não-rivalidade e não-exclusividade. Por exemplo, a não-exclusividade sempre foi uma característica dos livros, por meio do consumo sucessivo organizado pelas bibliotecas, grupos de leitura etc. A possibilidade de copiá-los permitiu o consumo simultâneo e a digitalização aprofundou a não-rivalidade e não-exclusividade. O mesmo exemplo se aplica à música, ao *software* e até às obras de arte, que em muitos casos permitem cópias com qualidades aparentes muito similares às dos trabalhos originais.

A Figura 1 reproduz a representação gráfica das Indústrias Criativas.

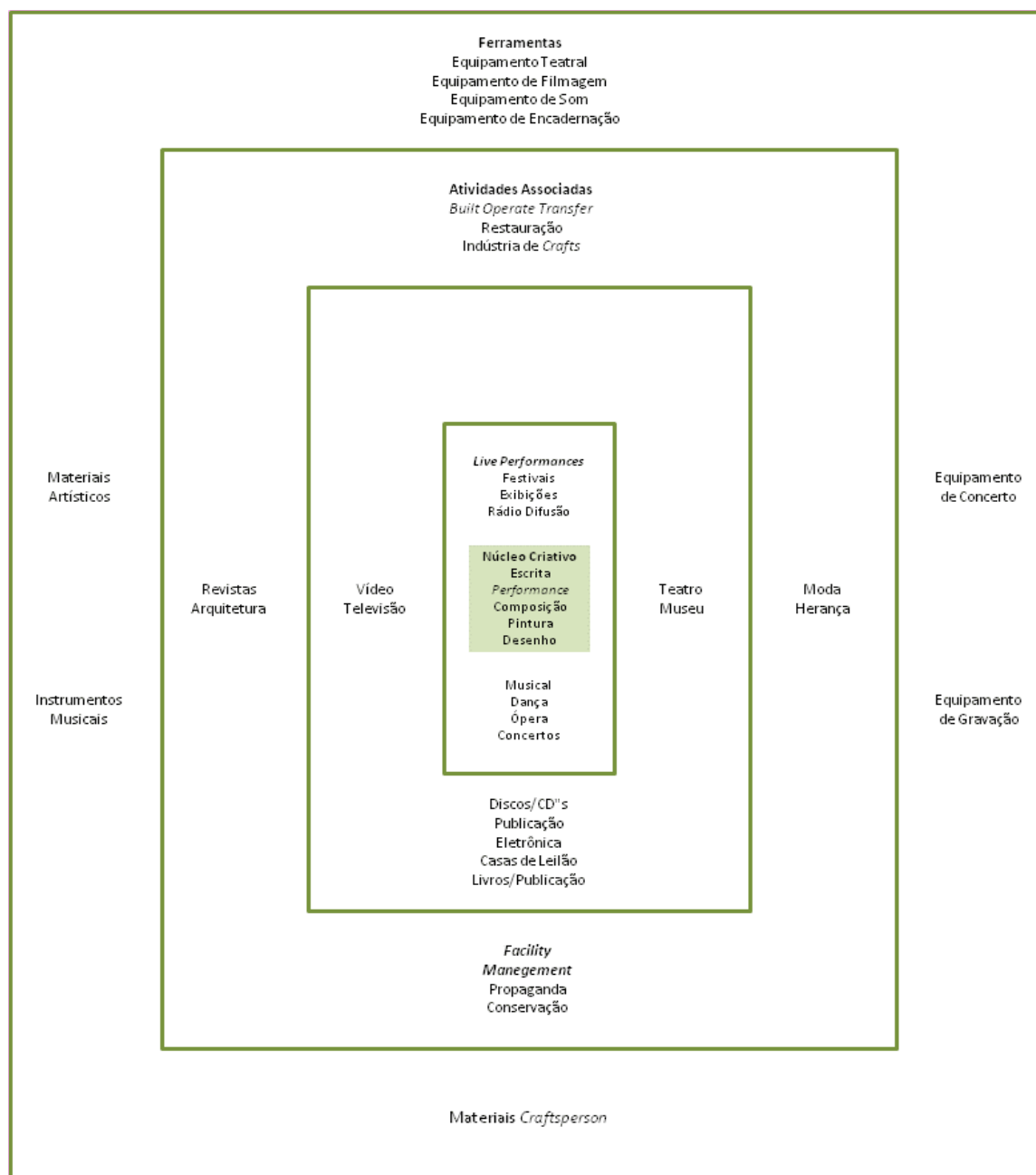


Figura 1: Indústrias Criativas

Fonte: OMPI (2003).

A ideia da “indústria criativa” também não é nova, mas ganhou força depois que a UNCTAD² adotou-a em 2004. Na concepção de estudo da UNCTAD (2004), a indústria criativa não se restringe às atividades com forte componente artístico e cultural, e incorpora “qualquer

² UNCTAD é a sigla em inglês para Conferência das Nações Unidas para Comércio e Desenvolvimento.

atividade econômica produzindo produtos simbólicos com uma forte dependência da propriedade intelectual e para mercados tão amplos quanto possível.” A metodologia da UNCTAD (2010) distingue as “atividades a montante” (*upstream activities*) das “atividades a jusante” (*downstream activities*). As primeiras incluem as atividades tradicionalmente envolvidas com a cultura, como música, cinema, teatro etc., enquanto as atividades à jusante incluem aquelas mais próximas dos mercados, tal como propaganda e publicidade.

Contornos da indústria criativa: objeto, atividades e limites

Estudos sobre a importância e a dimensão socioeconômica da chamada indústria de direitos de autor não são novos. Há alguns anos a OMPI e os representantes dessa indústria, interessados em chamar atenção para a contribuição que dão ao desenvolvimento econômico dos países, vêm promovendo debates e estudos sobre o assunto.

O tema não é simples como poderia parecer. A primeira questão que surge – e que condiciona todo o resultado – diz respeito exatamente à definição do próprio objeto: O que é a indústria de direitos de autor? Quais são seus contornos precisos? Que atividades podem ser legitimamente incluídas nesta indústria? Uma primeira resposta, lógica, simples e que não desperta polêmicas, é considerar que a indústria de direitos de autor engloba o conjunto de atividades cujos produtos e serviços sejam direta ou indiretamente objetos de proteção da legislação de direitos autorais. Essa abordagem remete, imediatamente, à ideia da “indústria da cultura”, que, de modo geral, reúne as indústrias que produzem bens diretamente protegidos por direitos de autor, tais como livros, filmes, músicas e softwares, e aquelas que não existiriam sem esses bens, como os teatros, cinemas, concertos e publicidade.

A indústria da cultura, entretanto, não esgota o assunto. Além das atividades mais diretamente vinculadas à produção dos bens protegidos por direitos de autor, como o teatro e cinema, muitas outras estão vinculadas, em maior ou menor grau, à indústria da cultura. São atividades “dependentes” daquelas que produzem bens protegidos. Estas incluem a produção de equipamentos para a produção e uso dos bens protegidos, construção e manutenção de instalações, serviços de distribuição, como livrarias, bibliotecas, videoclubes etc., transportadoras e assim por diante. O grupo pode ser alargado ainda mais para incluir atividades que são parcialmente dependentes do núcleo, mas que de alguma forma também se beneficiam das atividades realizadas pelo próprio núcleo.

Ao alargar o conceito e limites para além da indústria da cultura propriamente dita, a definição da indústria de direitos de autor provoca polêmicas e entra em uma zona de incerteza. Quais os limites desta indústria? Que atividades devem ser incluídas e em base a que critérios?

O conceito de indústria e economia da cultura e ou criativa tem sido representado por vários modelos, que têm em comum a definição de um núcleo mais fortemente vinculado à cultura ou criação, em torno do qual se articulam de várias formas um ou mais subconjuntos de atividades que ou são importantes para o funcionamento do núcleo e ou dependem direta ou indiretamente do núcleo para funcionar. O Relatório da Indústria Criativa da UNCTAD, de 2010, menciona 4

modelos que procuram caracterizar e delimitar os contornos da indústria da cultura e criativa: (i) modelo inglês (*UK DCMS model*); (ii) modelo de textos simbólicos (*Symbolictextsmodel*); (iii) modelo de círculos concêntricos e (iv) modelo de direitos de autor da OMPI (*WIPO copyright model*).

No modelo inglês “as indústrias criativas são definidas como aquelas que requerem criatividade, habilidade e talento, com potencial para a criação de riqueza e ocupação por meio da exploração da propriedade intelectual” dos ativos gerados (UNCTAD: 2010, p. 6). O modelo inclui 13 indústrias, a maioria das quais integra o núcleo do que tradicionalmente se considera como indústria da cultura, e outras, como publicidade, arquitetura e software, que têm fortes vínculos com o trabalho de criação e com a propriedade intelectual.

A abordagem do modelo de textos simbólico segmenta a indústria em três grupos (Núcleo – *core cultural industries*, indústrias culturais periféricas – *peripheral cultural industries* e indústrias culturais limítrofes – *borderline cultural industries*), tendo como base o conteúdo e ou densidade cultural. O núcleo da indústria cultural inclui propaganda, filmes, internet, música, publicação, rádio e televisão e jogos de computador e vídeo; a periférica inclui o conjunto de artes criativas e as atividades limítrofes incluem a eletrônica de consumo, moda, software e esporte.

O modelo de círculos concêntricos segmenta a indústria em função do valor cultural dos bens produzidos. O núcleo inclui as artes criativas (literatura, música, artes cênicas e artes visuais), cujas criações se difundem — no original ou recriadas — em várias camadas que formam os círculos concêntricos, e com valor cultural e comercial decrescente a medida que aumenta a distância do núcleo. O modelo segmenta a indústria em quatro grandes grupos: i) o núcleo propriamente dito; ii) outras atividades do núcleo (filme, museus e livrarias), iii) indústrias culturais ampliadas (serviços do patrimônio cultura, publicação, gravação de som, televisão e rádio, jogos de computador e vídeo) e, vi) indústrias conexas (publicidade, arquitetura, design e moda). O nível de proteção da propriedade intelectual também tende a diminuir à medida que as atividades se afastam do círculo central.

Finalmente, a OMPI utiliza uma abordagem baseada no nível de proteção dos direitos de autor (*copyright*) e conexas, considerando que a indústria de direitos de autor inclui as atividades voltadas direta e indiretamente para a criação, fabricação, produção, transmissão e distribuição de trabalhos protegidos por aqueles direitos. O modelo segmenta a indústria de direitos de autor em três grupos: (i) núcleo; (ii) indústrias de direito de autor interdependes e (iii) indústrias parcialmente relacionadas ao direito de autor. Para fins de mensuração da contribuição econômica da indústria de direitos de autor, a OMPI inclui ainda um quarto grupo, denominado indústrias não dedicadas, que contribuem tanto para a produção quanto distribuição e consumo dos bens e serviços da indústria de direitos de autor propriamente dita. Este segmento inclui o transporte e o comércio não especializado, além dos serviços de internet e telefonia. O núcleo engloba as atividades que são objetos direto e integral de proteção do direito de autor, como música, filme, artes cênicas, *software*, publicação e televisão e rádio. As indústrias interdependentes são aquelas diretamente vinculadas ao núcleo, seja produzindo insumos seja produzindo equipamentos necessários para o funcionamento do núcleo; inclui desde o papel para impressão até o equipamento utilizado para o consumo dos bens produzidos pelo núcleo. As indústrias parcialmente relacionadas englobam atividades sobre as quais incide o direito de autor, mas não como fator determinante, como a arquitetura, vestuário e moda.

A Tabela 1 resume as principais características das 4 abordagens.

Liinc em Revista, v.7, n.2, outubro, 2011, Rio de Janeiro, p. 477- 504 - <http://www.ibict.br/liinc>

1. Modelo UK DCMS	2. Modelo de Textos Simbólicos	3. Modelo de Círculos Concêntricos	4. Modelo de Direito Autoral da OMPI
Publicidade	Núcleo de Indústrias Culturais	Núcleo de Artes Criativas	Núcleo de Indústrias de Direito Autoral
Arquitetura	Publicidade	Literatura	Publicidade
Arte e mercado de antiguidades	Filme	Música	Sociedades Coletivas
Artesanato	Internet	Espetáculos	Filmes e Vídeos
Desenho	Música	Artes visuais	Música
Moda	Publicações		Espetáculos
Filmes e Vídeos	Rádio e Televisão	Outros núcleos de Artes Criativas	Publicações
Música	Jogos de vídeo e de computador	Filmes	<i>Software</i>
Espetáculos		Museus e livrarias	Rádio e Televisão
Publicações	Indústrias Culturais Periféricas		Arte Gráfica e Visual
<i>Software</i>	Artes Criativas	Núcleo mais amplo de Indústrias Culturais	Indústrias de Direito Autoral Interdependentes
Rádio e Televisão		Serviços de Patrimônio	Material de gravação em branco
Jogos de vídeo e de computador	Borderline de Indústrias Criativas	Publicações	Consumidores de eletrônicos
	Consumidores de eletrônicos	Gravação de som	Instrumentos Musicais
	Moda	Rádio e Televisão	<i>Paper</i>
	<i>Software</i>	Jogos de vídeo e de computador	Fotocópias, equipamento fotográfico
	Esporte	Indústrias Relativas	Indústrias de Direito Autoral Parciais
		Publicidade	Arquitetura
		Arquitetura	Vestuário, calçado
		Desenho	Desenho
		Moda	Moda
			Bens domésticos
			Brinquedos

Tabela 1: Sistemas de classificação para Indústrias Criativas provenientes de diferentes modelos

Fonte: UNCTAD, Creative economy report 2010, p. 6.

A UNCTAD, no relatório da Economia Criativa 2010, deixa claro que “não existe modelo de indústria criativa ‘certo’ ou ‘errado’, mas simplesmente maneiras diferentes de interpretar as características estruturais da produção industrial. A atratividade dos vários modelos pode ser diferente, e depende do objetivo analítico.” (UNCTAD: 2010, p. 10). No entanto, para fins de estudos comparativos entre países é importante buscar uma padronização das definições básicas e critérios comuns de classificação das atividades, tal como o utilizado pela OMPI que definiu os contornos da indústria de direitos de autor, em 2003, no *Guide on Surveying the economic contribution of the Copyright-based industries* (OMPI: 2003),³ e a própria UNCTAD, que desde 2004 vem utilizando uma abordagem particular para estudar a economia criativa.

Tal como mencionado acima, a UNCTAD alargou o conceito de criatividade para além das atividades com forte conteúdo artístico e incluiu na indústria criativa “qualquer atividade econômica produzindo produtos simbólicos com forte dependência da propriedade intelectual e para um mercado o mais amplo possível.” Trata-se de um conjunto vasto de atividades que incluem desde aquelas baseadas no conhecimento tradicional e na herança cultural, até os modernos serviços voltados para a nova mídia. A UNCTAD agrupa os setores da indústria criativa em 4 subgrupos: (i) patrimônio cultural; (ii) artes; (iii) mídia e (iv) criações funcionais. Estes 4 grupos se subdividem em 9 subgrupos, conforme indicado na Figura 2 (UNCTAD, 2010, p.7).

³ Um resumo das definições adotadas oficialmente pela OMPI foi publicado por Gantchev (2004), na Review of Economic Research on Copyright Issues, e vem sendo utilizado desde então.

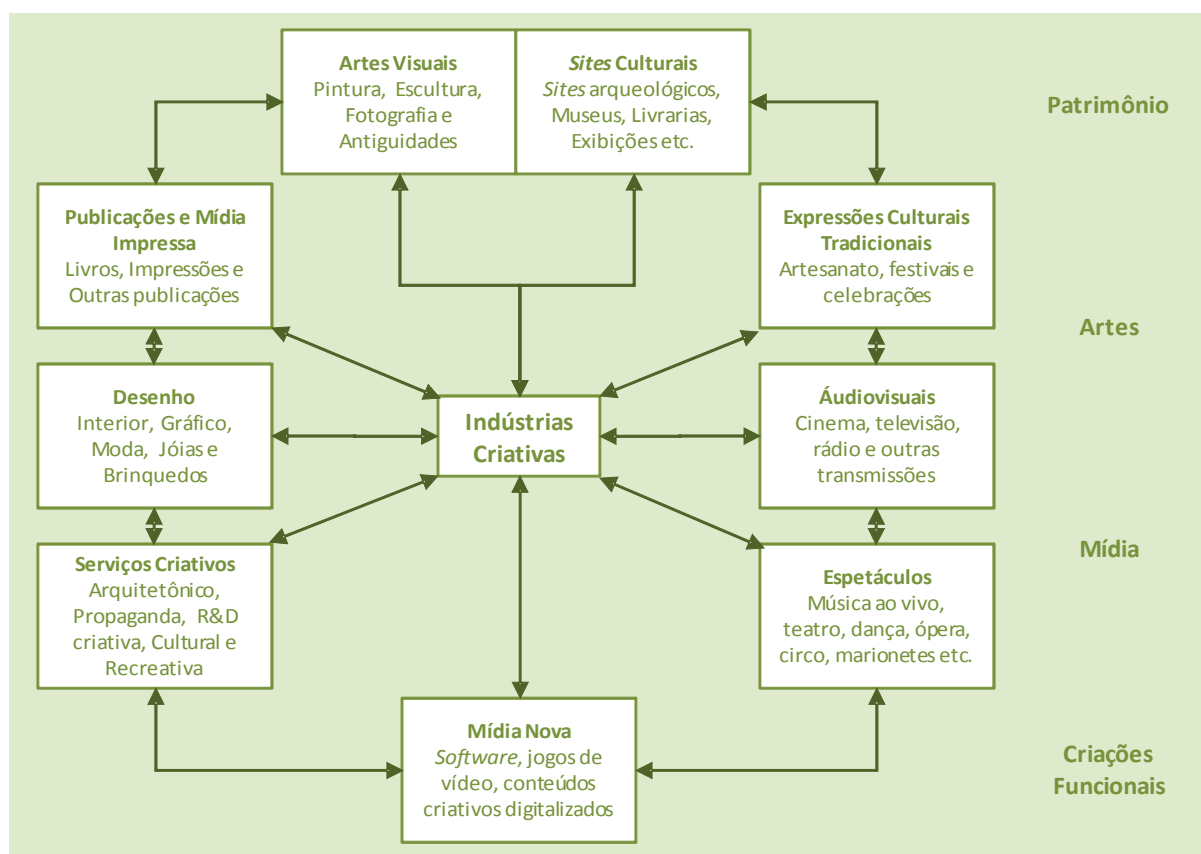


Figura 2: Classificação de Indústrias Criativas da UNCTAD

Fonte: UNCTAD (2010, p. 7)

Independente da classificação e nomenclatura adotada (indústria criativa, cultural e ou de direitos de autor), as atividades incluídas nestas indústrias estão vinculadas, fortemente, à criatividade e aos mecanismos de proteção dos ativos intangíveis e de apropriação econômica e moral dos frutos da propriedade destes ativos, juridicamente definida como propriedade intelectual. A criatividade perpassa os principais setores da economia contemporânea, e tem várias dimensões, tal como pode ser visto na Figura 2, reproduzida pela UNCTAD no Relatório da Economia Criativa de 2010. Ainda que a criatividade seja fortemente vinculada a atributos individuais, apontada algumas vezes como inata, do ponto de vista econômico e social a criatividade e sua importância como base da indústria criativa está relacionada às quatro modalidades de capital, quais sejam, capital humano, capital cultural, capital institucional e capital social, de cuja interação emerge o capital criativo (UNCTAD: 2010, p.4).

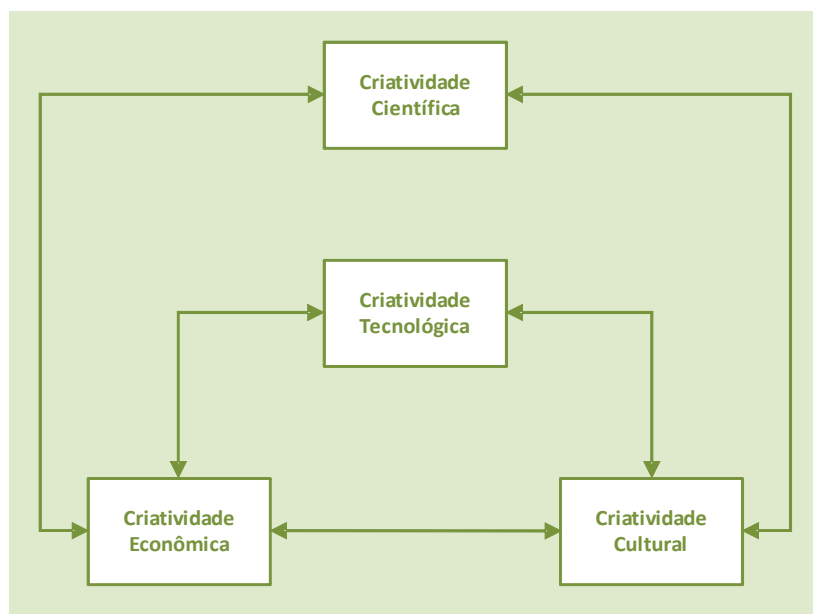


Figura 3: Criatividade na economia de hoje

Fonte: KEA European Affairs (2006, p. 42)

Ainda que o impulso criativo seja próprio da natureza humana, na sociedade contemporânea parte relevante do esforço de criação está associada à remuneração do esforço individual e do capital investido, o que por sua vez se relaciona à capacidade de atrair novos consumidores culturais e de vender os bens culturais. De forma direta a remuneração de emissoras de rádio e televisão abertas depende de sua capacidade para atrair a atenção dos consumidores e obterem maiores valores na venda de espaço publicitário na programação. Da mesma maneira que a remuneração dos artistas em geral depende das vendas de suas obras de arte.

Isto coloca o dilema de proteger bens culturais com características de bens públicos, como condição para remunerar os titulares dos direitos de propriedade, e ao mesmo tempo promover a circulação entre a população. Como se comentou na Introdução, a situação vem mudando dramaticamente nas últimas décadas. Novas tecnologias modificam o processo de geração e de valorização de ativos intangíveis que representam bens culturais; mas as mesmas tecnologias atuam também no sentido de favorecer a reprodução dos bens protegidos e facilitar a circulação em circuitos paralelos àqueles que remuneram o criador e seus representantes. Enquanto o reforço à propriedade intelectual do bem cultural deveria assegurar, em princípio, uma remuneração aos criadores culturais, a criação de novos meios de reprodução e de difusão dos bens culturais dificulta o exercício desses direitos.

Esse desenvolvimento tecnológico se expressa na capacidade de reprodução não autorizada de CDs, vídeos, veiculação e distribuição via *Internet* ou no comércio nas ruas das cidades de produtos a um custo inferior ao do produto legalizado. Esse impacto tem um caráter diferenciado nas indústrias culturais, cabendo ressaltar que tem sido particularmente intensa, e negativa, na indústria fonográfica e cinematográfica. Esse novo contexto tem estimulado muitos autores a

controlar diretamente a venda dos produtos, seja via Internet seja em pontos alternativos, como bancas de jornal, supermercados etc.

De certa forma, o desenvolvimento tecnológico parece estar questionando a lógica das indústrias fonográfica e audiovisual e promovendo uma transição de um modelo de negócio baseado na venda de suporte para um novo modelo baseado na venda de conteúdo, independente do suporte ou mesmo da sua existência. As atividades culturais envolvem diversas indústrias que têm estrutura, dinâmica concorrencial e tecnológica distintas entre si, e na qual intervém um conjunto de agentes com funções e características distintas.

A demanda por bens culturais tende a ser menos elástica em relação ao preço que à renda. Embora relativamente inelástica às variações de preços, são os preços mais baixos dos mercados paralelos os principais responsáveis pelo aumento das vendas de produtos irregulares, com prejuízo para toda a cadeia criativa. As estratégias para contornar essa concorrência desleal têm sido diversificadas entre os vários segmentos. A indústria cinematográfica, por exemplo, tem explorado efeitos de som e imagem que não têm o mesmo impacto quando reproduzidos fora das modernas salas de cinema; ou ainda a elevação de gastos com propaganda e o lançamento em um grande número de salas para reduzir o vazamento de espectadores. No caso da indústria fonográfica, a estratégia tem sido ampliar o mercado de consumo que até então era considerado secundário (shows ao vivo, por exemplo), venda direta de música ao consumidor, em substituição à venda de CD.

Do ponto de vista da oferta, as indústrias da criação apresentam um custo de implantação relativamente alto, especialmente no tocante ao conteúdo, ao mesmo tempo em que apresentam baixo custo de distribuição, conformando uma estrutura oligopolista. Nessa estrutura convivem pequenas empresas que são repositórias e fonte de artistas e de repertório, da qual se utilizam as grandes empresas, reduzindo seus custos, na medida em que parte deste, especialmente no que diz respeito aos criadores ainda desconhecidos, é bancada pelas empresas menores.

Outro aspecto abordado pela OMPI (2003) enfatiza o nível de risco elevado que envolve a indústria criativa (Gantchev: 2004). O risco assume duas dimensões. Uma se vincula a busca incessante por novidade. Essa busca é mitigada pelas empresas por meio da formação de uma carteira de ativos de direitos de autor diversificada e do acesso ao mercado de capitais para se financiar. Já os criadores nem sempre dispõem dessa possibilidade. A outra dimensão do risco diz respeito à incerteza da demanda. Essa incerteza leva a que os riscos sejam compartilhados entre criadores e empresas. Esse aspecto representa uma penalização ao criador, já que é, muitas vezes, obrigado a arcar com os custos da criação, muitas vezes elevados. A precariedade das relações de trabalho e sua instabilidade tendem a comprometer seus.

O Quadro 1 representa os agentes que integram a indústria criativa, bem como as respectivas funções exercidas.

Agentes	Exemplos	Função
Autor	Criador, escritor, roteirista, "letrista", compositor etc.	É o criador da obra, por iniciativa própria ou por contrato. Seus direitos constituem fator fundamental para o funcionamento do complexo cultural.
Intérprete	Músico, cantor, ator, bailarino etc.	Executa uma obra de outro autor ou própria. Adquire direitos conexos aos de autor.
Empresário artístico		Gerencia os contratos dos artistas. Normalmente recebe um percentual dos contratos assinados.
Produtor	Editor de livros, periódicos, fonogramas, videogramas, filmes, produtor de espetáculos etc.	Utiliza a matéria-prima criativa e melhora sua qualidade (por meio de apresentações ou imagens), organiza a produção contratando serviços técnicos e industriais.
Gestor cultural	Instituições culturais, departamento de cultura de instituições públicas e privadas.	Articula e organiza agentes para realizar as atividades culturais; se assemelha ao produtor.
Industrial	Fabricante de discos, reproduzidor de cópias, processamento e impressão de textos, laboratórios de filmes, estúdios de som, duplicador de vídeos, produtos de insumos básicos etc.	É o industrial propriamente dito, que controla, principalmente, a tecnologia e os bens de capital.
Proprietário dos meios de comunicação	Proprietário de periódicos, concessionário de rádios e TVs.	Sintetiza as funções do produtor e do industrial.
Editor-produtor	Empresas independentes de rádio e televisão.	Realiza programas para os veículos de comunicação (próprio ou de terceiros).
Distribuidor/atacadista	Distribuidor cinematográfico, videográfico, televisivo, editorial etc.	Promove e vende o produto nos diferentes mercados em grande escala.

Agentes	Exemplos	Função
Comerciante/ varejista	Salas de cinema, comércio dos vídeos pré-pagos, livrarias, lojas de discos, quiosques etc.	Relaciona-se diretamente com o público que demanda o serviço ou com os compradores de produtos culturais.
Instituições culturais	Bibliotecas públicas, sociedades literárias, associações culturais, sociedades de gestão coletivas etc.	Oferecem serviços culturais específicos, organizam atividades culturais etc. Alguns administram os direitos (de autor etc.).
Consumidor	Leitor, ouvinte de rádio, de televisão, espectador etc.	Sujeito e objeto indispensável à existência de quaisquer atividades culturais ou de comunicação.
Anunciante	Empresas, Instituições, Estado.	Financia a produção e difusão de produtos culturais adquirindo publicidade.
Agências de publicidade	Agências de Publicidade	Intermedia entre os anunciantes e os meios de comunicação. Orienta a estratégia publicitária dos anunciantes. Organiza a produção de propagandas.
Pesquisadores de audiência e tiragens	Pesquisadores de audiência e tiragens	Medem a audiência e tiragem para orientar o investimento publicitário.
Fundações	Fundações	Instituições sem fins lucrativos que financiam a produção ou divulgação de determinados produtos culturais.

Agentes	Exemplos	Função
Instituições	Universidades, ateliês etc.	Formam artistas, jornalistas, técnicos, gestores etc.

Quadro 1: Agentes e funções exercidas nas Atividades Culturais

Acesso aos bens culturais no Brasil⁴

A principal fonte de informação sobre o acesso aos bens culturais é o Suplemento Especial de Cultura, da Pesquisa de Informações Básicas Municipais (MUNIC 2006), realizada no segundo semestre de 2006⁵ pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), cobrindo os 5.564 municípios brasileiros. Nesta edição, foi investigada a diversidade cultural e territorial dos municípios (IBGE, 2007).

No que concerne à dimensão de atividades que integram a indústria criativa, discorre-se nesta seção sobre quais atividades culturais os municípios brasileiros desenvolvem e/ou incentivam visando promover a circulação de bens culturais para a população. Quanto à dimensão de agentes e funções, são apresentados os papéis dos gestores culturais (por intermédio de departamentos de cultura da prefeitura e/ou similares) e as políticas, leis e projetos que tais agentes fomentam.

A pesquisa MUNIC 2006 coleta informações sobre cultura nos municípios sobre: a) ações culturais: ações, projetos, atividades culturais e artísticas existentes no município e levantamento dos meios de comunicação; e b) institucionais: órgão gestor de cultura e sua infraestrutura, instrumentos de gestão, legislação, recursos humanos, recursos financeiros, existência e funcionamento de conselhos e de fundo municipal de cultura.

A partir da apresentação de resultados desta pesquisa, são apresentados alguns pontos da atual lei de direito autoral, e das propostas de mudança, discutindo até que ponto ela interfere – ou não – no acesso a bens culturais retratado na MUNIC 2006.

A seguir, são apresentadas e analisadas algumas destas informações.

⁴ Esta seção persegue dois objetivos complementares entre si. O primeiro, tendo como pano de fundo as metodologias citadas, utilizadas para classificação e entendimento da indústria criativa – tanto da UNCTAD como da OMPI –, é realizar um recorte desta indústria sob as dimensões de: a) atividades que a integram; e b) agentes e suas respectivas funções.

⁵ Trata-se da última edição realizada. Segundo informações do IBGE (2007, p. 1), a pesquisa levou-se “em consideração a distribuição desigual da população. No Brasil, 71,0% dos municípios têm até 20 mil habitantes e reúnem 17,6% (ou 32,5 milhões de pessoas) da população total. Na outra ponta, apenas 36 municípios (0,6%) têm mais de 500 mil habitantes e reúnem 28,0% (51,6 milhões de pessoas) da população.”

Ações culturais desenvolvidas nos municípios brasileiros

Dentre as atividades culturais desenvolvidas nos municípios brasileiros destacam-se: a) os festivais de cinema, música, dança, manifestação tradicional popular e literatura de cordel; b) as feiras e exposições de artes e de artesanato; c) concursos de dança e música; d) teatro; e) coral. A Tabela 2 apresenta as modalidades dos grupos artísticos nos municípios brasileiros, de 2001 a 2006.

Nota-se, pela leitura da Tabela 2, que houve um crescimento das bandas e das orquestras,⁶ entre 2001 e 2006, em 21,7% e 105,4%, respectivamente. Por outro lado, os grupos de dança e de manifestações tradicionais populares (ou folclore) cresceram num patamar menor entre 2005 e 2006 (5,5% e 3,0%). Houve redução nas atividades de coral (-6,9%), associação literária (-10,5%) e musicais (-18,1%).

Artesanato e literatura de cordel: A pesquisa MUNIC 2006 identificou que há mais de 50% de ocorrência de expressões culturais tradicionais nos municípios. Os destaques são as exposições e feiras de artesanato (com 57,7% e 55,6%, respectivamente) e os festivais de manifestação tradicional popular (49,2%). O bordado é a atividade artesanal que predomina em 75,4% dos municípios brasileiros, sendo 39,7% o com madeira e 21,5% artesanato com barro. Na esteira do fomento ao desenvolvimento sustentável, nota-se crescimento, de 17,06%, do artesanato de material reciclável entre os anos de 2005 e 2006. Ainda no que tange às atividades tradicionais, há os festivais de manifestação tradicional popular e literatura de cordel. Os primeiros são mais expressivos nas regiões Norte e Nordeste (com ocorrência de 74,8% no estado do Pará), enquanto a segunda – literatura de cordel – ocorre mais na região Nordeste (por exemplo, 20,1% no estado do Ceará). Tais resultados evidenciam que a diversidade cultural está relacionada ao padrão geográfico diverso do país.

⁶ O IBGE alerta que em 2005 não foi investigada a existência de bandas e orquestras, o que pode acarretar maior percentual em 2005 e o decréscimo em 2006 (IBGE, 2007).

Modalidade	Percentual de municípios com grupos artísticos (%)			Crescimento (%)
	2001	2005	2006	
Dança	-	53,2	56,1	5,5
Bandas	43,7	-	53,2	21,7
Musical	-	57,6	47,2	-18,1
Manifestação tradicional popular	-	45,8	47,2	3
Coral	-	48,2	44,9	-6,9
Teatro	-	34,9	39,9	14,3
Orquestras	5,6	-	11,5	105,4
Associação literária	-	10,5	9,4	-10,5
Cineclube	-	3,2	4,2	29,7

Tabela 2: Percentual de municípios com grupos artísticos, segundo a modalidade – 2001/2006

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de População e Indicadores Sociais, Pesquisa de Informações Básicas Municipais 2001/2006.

Música e dança: dentre as atividades culturais existentes nos municípios, as que mais ocorrem são os festivais e concursos de música e de dança (Tabela 3).

Modalidade de evento	Atividades Culturais	
	Dança	Música
Festival	35,50%	38,70%
Concurso	34,80%	31,90%

Tabela 3: Ocorrência de festivais e concursos de dança e música em 5.564 municípios brasileiros. Ano base 2006.

Fonte: Elaboração própria com base em MUNIC 2006 (IBGE, 2007).

Cinema e teatro: Houve crescimento de 29,7% dos cineclubes em 2006 em relação ao ano anterior, no entanto com presença em apenas 4,2% dos municípios brasileiros. Em 10% dos municípios ocorrem os festivais de cinema, no entanto “atingindo 61,1% com mais de 500 mil habitantes (sendo 4,2% nos que tem até 5 mil)”, conforme aponta IBGE (2007, p. X). Aqui, evidencia-se outra demonstração da manifestação cultural vinculada à diversidade geográfica do país, figurando o estado do Rio de Janeiro (28,3%) como destaque de ocorrência desta atividade, ficando em segundo lugar a região Nordeste, com a participação dos estados de Alagoas, Ceará, Pernambuco e Sergipe. Há pelo menos um grupo teatral em 39,9% dos municípios.

O Gráfico 1 apresenta os grupos artísticos existentes no município e sua fonte de manutenção. Os grupos de teatro (80,5%), banda (72,9%) e orquestra (68%) são os que mais recebem incentivos do município, por meio de suas prefeituras. Na outra ponta estão as atividades mais mantidas fora do orçamento público, que são as de associação literária (70,2%), circo (61,7%) e artes plásticas visuais (59%).

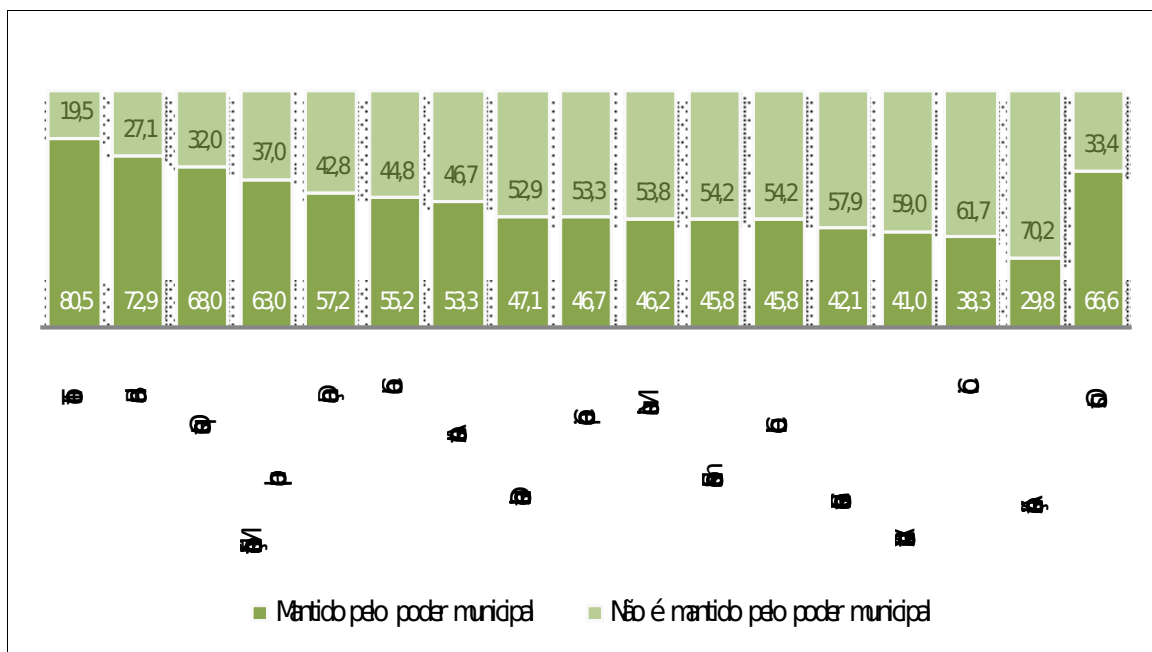


Gráfico 1: Percentual de municípios com grupos artísticos, segundo a manutenção pelo poder público municipal – Brasil – 2006

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de População e Indicadores Sociais, Pesquisa de Informações Básicas Municipais 2006.

Equipamentos culturais e meios de comunicação: Importantes meios para promover a circulação de bens culturais são os equipamentos e os instrumentos de comunicação destinados a esse fim. A MUNIC 2006 levantou tais meios existentes nos municípios pesquisados. Os que estão mais

presentes são a TV aberta (em 95,2% dos municípios), as bibliotecas públicas (em 89,1%) e os estádios/ginásios esportivos (em 82,4%) (Tabela 4).

Em relação a 1999, houve um aumento de 178% nos provedores de Internet pelo país, sendo que as lojas de discos/fitas/CD/DVD cresceram 73,8% e os teatros ou salas de espetáculos apresentaram uma elevação de 54,7%. Chama a atenção também o crescimento de 103,1% nas unidades de ensino superior em 2006 em relação a 2001. E, na outra ponta, o decréscimo de 15,5% de presença das livrarias nos municípios.

Tipo	Percentual de municípios que possuem equipamentos culturais e meios de comunicação (%)				Crescimento (%)
	1999	2001	2005	2006	
TV aberta	98,3	-	-	95,2	-3,2
Bibliotecas Públicas	76,3	78,7	85	89,1	16,8
Estádios ou ginásios esportivos	65	75,9	77,4	82,4	26,8
Vídeo locadoras	63,9	64,1	77,5	82	28,3
Clubes	-	70,4	-	72,6	3,1
Lojas de discos, CDs, fitas e DVDs	34,4	49,2	54,8	59,8	73,8
Rádio Comunitária	-	-	-	48,6	-
Provedores de Internet	16,4	22,7	46	45,6	178
Unidades de ensino superior	-	19,6	31,1	39,8	103,1
Jornal diário	-	-	-	36,8	-
Estações de rádio FM	33,9	38,2	51,3	34,3	1,2
Livrarias	35,5	42,7	31	30	-15,5
Centro Cultural	-	-	-	24,8	-
Museus	15,5	17,3	20,5	21,9	41,3
Estações de rádio AM	20,2	20,6	21,7	21,2	5
Teatros ou salas de espetáculo	13,7	18,8	20,9	21,2	54,7
Geradores de TV	9,1	8,4	10,7	9,6	5,5
Cinemas	7,2	7,5	9,1	8,7	20,8
Revista impressa local	-	-	-	7,7	-
Shopping Centers	6,2	7,3	6,7	7	12,9
TV comunitária	-	-	-	2,3	-
TV a cabo	6,7	-	-	-	-

Tabela 4: Percentual de municípios que possuem equipamentos culturais e meios de comunicação, segundo o tipo – 1999/2006

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de População e Indicadores Sociais, Pesquisa de Informações Básicas Municipais 1999/2006.

Institucionalização da cultura nos municípios brasileiros

Segunda dimensão da pesquisa MUNIC 2006 investiga, no âmbito da indústria criativa nos municípios, os agentes e suas funções, apresentando os papéis tanto do gestor cultural, como de instituições culturais.

Órgão gestor, recursos humanos e financeiros: O Gráfico 2 mostra que em 84,6% dos municípios do país o tema cultura está vinculado a secretaria municipais com outras políticas (72%) ou subordinado a outra secretaria (12,6%). Em apenas 4,2% das prefeituras pesquisadas há uma secretaria exclusiva para a pasta da cultura. O IBGE (2007, p. 6) aponta que “o fato de não existir um órgão gestor é um indicador importante do relativo pouco prestígio da área”. Apenas 2,4% de municípios possui fundações de cultura, as quais desempenham as funções de promoção de eventos, divulgação e produção artístico-cultural, administração de equipamentos culturais municipais e formação artística.

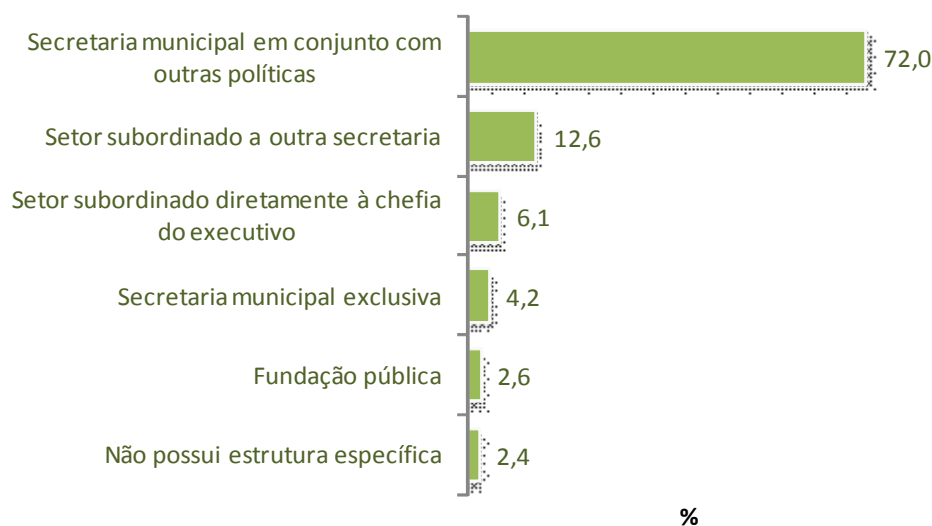


Gráfico 2: Percentual de municípios, por caracterização do órgão gestor da cultura – Brasil – 2006

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de População e Indicadores Sociais, Pesquisa de Informações Básicas Municipais 2006.

Havia em 2006, em média, 10,4 funcionários municipais alocados na área de cultura, totalizando, aproximadamente, 58 mil pessoas. Quanto aos recursos financeiros alocados para a pasta da cultura, em 2005 atingiu-se a média de R\$ 273,5 mil, o equivalente a apenas 09,% da receita total arrecadada pela municipalidade. A região Nordeste foi a que mais destinou recursos para a cultura (com 1,2% da receita total), seguida pelas as Regiões Norte e Sul (0,8%), e as Regiões Sudeste e Centro-Oeste destinaram, respectivamente, 0,9% e 0,6%.

Políticas, leis, projetos e cursos de incentivos à cultura: o Gráfico 3 apresenta a existência de uma política cultural em 57,9% dos municípios, em 2006. Trata-se de um dos indicadores da importância que o setor tem do ponto de vista da gestão. No entanto, apenas 5,6% possui legislação de incentivo à cultura, sendo que 83,8% do total dos municípios possuem despesas realizadas na função cultura, no entanto a maior parte dos recursos é absorvida pelas funções administrativas dos órgãos gestores.

No que se refere à implementação de turismo cultural, 26,2% dos municípios estão elaborando projetos com esta finalidade, dentre os quais em 6,4% já se encontram em execução. Tais projetos são executados tanto pelo órgão gestor de cultura, como pelo órgão gestor do turismo. Quase a metade dos municípios brasileiros (46,9%) promove oficinas e/ou cursos regulares de formação em atividades típicas da cultura, tais como para a música (33,8%), artesanato (32,8%), dança (30,8%), teatro (23,2%), manifestações tradicionais populares (19,4%) e artes plásticas (18,0%).

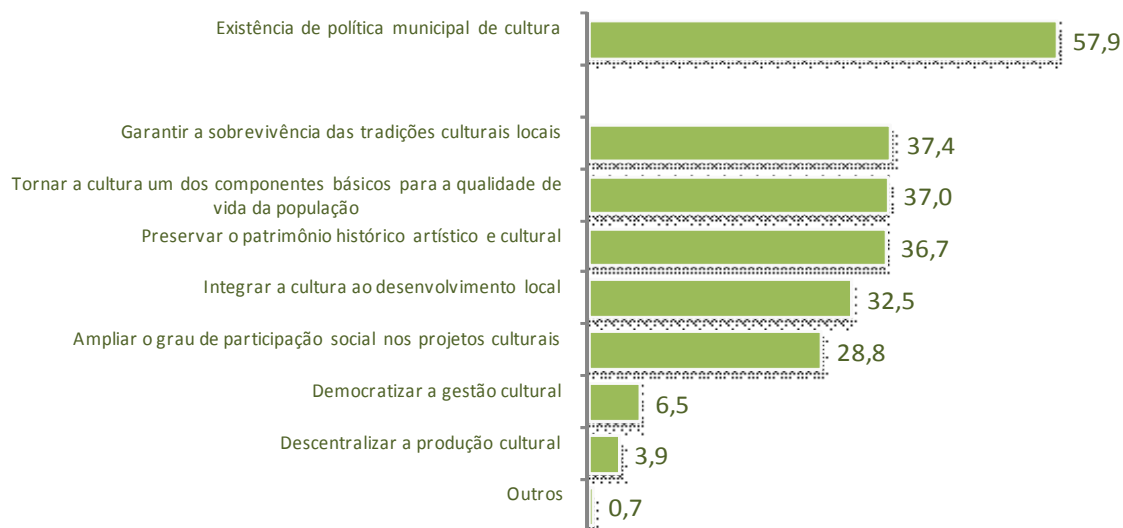


Gráfico 3: Percentual de municípios, com política municipal de cultura, segundo os principais objetivos – Brasil – 2006

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de População e Indicadores Sociais, Pesquisa de Informações Básicas Municipais 2006.

Alguns pontos do debate sobre a revisão da Lei de Direitos Autorais

A lei de direitos autorais brasileira, nº 6.910/1998, tem suscitado debates acalorados sobre a necessidade de sua revisão e atualização objetivando harmonizar e possibilitar um equilíbrio entre a proteção dos direitos dos criadores com o acesso do cidadão ao conhecimento e à cultura, bem como promover segurança jurídica para os agentes que integram e investem na indústria criativa.

Dentre os debates mais recentes podem ser citados o ocorrido em 2010, que originou a consulta pública, realizada em junho e julho, referente ao anteprojeto de lei que moderniza o citado diploma legal, e ao debate mais recente, de 2011, com uma nova consulta pública para coletar contribuições para a elaboração do anteprojeto de lei com o qual o Ministério da Cultura pretende propor mudanças em, principalmente, sete pontos que, no entendimento do Ministério, necessitam de aperfeiçoamento. Até agosto/2011, o referido anteprojeto ainda não havia sido submetido ao Poder Legislativo.

Alguns dos pontos que têm sido objeto de discussão nas propostas de revisão da lei autoralista são brevemente comentados a seguir, com base em fontes do Ministério da Cultura (2010) e Ministério da Cultura (2011):

Usos de obras na internet: debate-se a necessidade de responsabilizar os provedores de hospedagem e conteúdos na Internet poderão, solidariamente, por danos decorrentes da colocação à disposição do público de obras e fonogramas por terceiros, sem a prévia autorização de seus titulares, podendo ficar indisponível o conteúdo apontado como infringente.

Reprografia das obras literárias: propõe-se que a reprodução total ou parcial, de obras literárias, artísticas ou científicas que não estiverem em domínio público, realizada por meio de fotocopiadora, com finalidade comercial ou intuito de lucro, somente poderá ser realizada mediante autorização prévia dos autores e titulares de direitos das obras protegidas ou da associação de gestão coletiva que os represente. Tal reprodução pressupõe o pagamento de uma retribuição aos titulares dos direitos autorais sobre as obras reproduzidas, salvo quando estes colocarem à disposição do público a obra, a título gratuito; cabendo aos responsáveis pelos estabelecimentos que ofereçam serviços de reprodução reprográfica manter o registro das reproduções, em que conste a identificação e a quantidade de páginas reproduzidas de cada obra, com a finalidade de prestar tais informações regularmente aos autores, de forma a permitir-lhes a fiscalização e o controle do aproveitamento econômico das reproduções.

Gestão coletiva de direitos autorais: propõe-se que tais entidades de gestão coletiva busquem a eficiência operacional, por intermédio de redução de custos e repasse dos valores arrecadados aos seus destinatários, devendo dar transparência pública a suas atividades de arrecadação e distribuição de direitos autorais, e sobre as formas de cálculo e critérios de cobrança e de distribuição dos valores dos direitos autorais arrecadados, incluídas as planilhas e demais registros de utilização das obras e fonogramas fornecidas pelos usuários.

Supervisão estatal das entidades de cobrança e distribuição de direitos: Discute-se que poderão ser objeto de atuação do Ministério da Cultura para a resolução de conflitos os eventuais litígios entre usuários e titulares de direitos autorais ou seus mandatários, em relação aos critérios de cobrança e valores de arrecadação, e entre titulares e suas associações, em relação aos valores e critérios de distribuição.

Controle de obras feitas sob encomenda: defende-se que o criador poderá recobrar o direito, em determinadas situações, tendo garantia de participação em usos futuros da obra não previstos, podendo publicá-la em obras completas.

Para os cidadãos, as propostas de revisão na lei de direito de autor pode trazer algumas mudanças, tais como para: a) o acesso à cultura e ao conhecimento: havendo novas permissões para uso de obras sem necessidade de pagamento ou prévia autorização, tais como os usos para finalidade didática, adaptação e reprodução sem finalidade comercial as obras em formato acessível para pessoas com deficiência; b) a reprodução de obra esgotada: permitida, no entanto sem finalidade comercial, a reprodução de obras desde que a última publicação esteja esgotada; c) a reprografia de livros: licenciamento das obras com a garantia de pagamento de uma retribuição a autores e editores que permitirem a reprodução de seus livros por serviços reprográficos comerciais; d) o uso privado de cópias: a utilização da obra, via cópia reprográfica, para uso individual e não comercial das obra pode ser autorizada em alguns casos, tais como para cópia de segurança e para fins de portabilidade e interoperabilidade de arquivos digitais.

Infere-se, pela apresentação de alguns pontos do debate sobre a revisão da lei e pela análise dos dados do MUNIC/2006-IBGE que o aperfeiçoamento da legislação é necessário e desejável, mas que o acesso da população brasileira aos bens culturais é restringido por fatores mais estruturais que não estão relacionados a empecilhos que possam ser criados pela lei autoral. A atualização da lei encontra respaldo nas profundas transformações ocorridas nas últimas duas décadas na indústria criativa, tanto associada às inovações tecnológicas como à própria estrutura econômica e produtiva dos principais mercados.

Se por um lado as mudanças na estrutura produtiva resultam em aumento do poder econômico sobre a própria capacidade de criação, na medida em que o funcionamento de parte da atividade criativa exige volumes maiores de recursos, por outro, em muitos ramos as inovações tecnológicas significaram uma mudança radical no sentido de facilitar tanto a produção como a difusão e acesso de bens culturais em geral. Ou seja, observa-se uma tensão entre a pressão pelo reforço da proteção e o relaxamento decorrente das transformações tecnológicas e configuração da própria indústria. Neste contexto, os meios e modalidades de produção, difusão e acesso aos bens e serviços da indústria criativa sofreram profundas transformações, as quais têm implicações diretas sobre a legislação vigente e demandam atualizações para manter e ou restabelecer a funcionalidade da legislação que conforma parte essencial do marco legal institucional necessário para assegurar o funcionamento e prosperidade da indústria criativa.

Conclusão

No mundo contemporâneo, o desenvolvimento econômico e social baseia-se, fundamentalmente, na capacidade de os países gerarem, se apropriarem e aplicarem o conhecimento na criação de

riquezas, na solução dos problemas da sociedade e promoção do bem-estar social. A riqueza, privada e do país, no passado materializada em terras, imóveis, máquinas e capital físico em geral, assume, cada vez mais, formas intangíveis. No plano microeconômico, o capital ou ativo intelectual das empresas — conhecimentos tácitos e codificados, marcas, ativos registrados — é um dos fatores determinantes da competitividade, e a capacidade de identificar, cultivar e explorar esses ativos intangíveis qualifica as empresas — e a sociedade em geral — para enfrentar, resolver problemas específicos e aproveitar as oportunidades de negócios e desenvolvimento (Dosi; Marengo, 1994).

No processo de concorrência as inovações se traduzem na invenção de novos bens, serviços e processos e na incessante reinvenção das coisas. Observa-se um forte processo de desvalorização dos bens físicos, cuja produção tende a ser cada vez mais banalizada. O controle da produção de riqueza e a possibilidade de valorização do capital deslocam-se do fazer para o saber, do tangível para o intangível, da capacidade de manufaturar para capacitação em projetar e programar. Cada vez mais o material serve de mero suporte físico para os ativos intangíveis, que representam a maior parcela do valor agregado. Neste contexto, cresce a importância da propriedade intelectual como instituição necessária para dar proteção e facilitar a valorização econômica dos ativos intangíveis.

Ainda que insuficiente, a importância dos estatutos de proteção legal da propriedade intelectual não pode ser desconsiderada. Ao contrário, a regulação da propriedade intelectual é condição essencial para o funcionamento eficaz das economias contemporâneas, principalmente no estágio atual, no qual ativos intangíveis na forma de conhecimento científico e tecnológico são vistos como os propulsores do crescimento e desenvolvimento econômico e social. A importância da propriedade intelectual é reconhecida amplamente, e se traduz em um esforço de regulamentação da matéria em acordos internacionais e na própria busca desenfreada por proteção — o mundo pró-patente referido por Tang et al. (2001). Num contexto no qual persiste e se intensifica a tensão entre a capacidade cada vez maior de codificação de conhecimento gerado e o aprofundamento do nível de conhecimentos tácitos e não codificáveis, acumulados por indivíduos, empresas e instituições de pesquisa, a gestão dos ativos intangíveis assume uma função estratégica para empresas e países. Como função estratégica, a propriedade intelectual pode ser um fator de barganha para acesso ou abertura de mercados específicos, funcionando como um tíquete para entrar no jogo (Teece: 1986; Mello: 1995; Carvalho: 2003).

No mundo contemporâneo observa-se uma tensão entre a busca por proteção como mecanismo para reduzir riscos e alavancar a rentabilidade dos investimentos em inovação e perda de eficácia dos instrumentos clássicos de proteção provocada pela própria dinâmica tecnológica e inovativa. De um lado, em muitos segmentos o ritmo acelerado do processo de inovação encurtou dramaticamente o “prazo de validade” dos bens e serviços lançados pelos inovadores, reduzindo o valor de mercado e produzindo rápida depreciação dos ativos intangíveis. De outro, as inovações facilitaram a produção, difusão e acesso aos bens e serviços da indústria criativa, colocando em xeque a estrutura que caracterizou e protagonizou a expansão desta indústria no século passado.

A indústria criativa se assenta em um núcleo de atividades que é diretamente associado à produção, distribuição e difusão de ativos intangíveis, cuja valoração depende, pelo menos parcialmente, da institucionalidade que regula a proteção da propriedade intelectual. A indústria criativa é extremamente diversificada e dela fazem parte tanto criadores individuais que não precisam mais do que o próprio talento para produzir, até atividades que requerem investimentos

vultosos, passando por manifestações culturais da tradição da população e bens públicos de difícil apropriabilidade. A maior parte destas manifestações é regulada pela legislação autoral, que não é um mecanismo de proteção restritiva da propriedade, na medida em que a remuneração dos ativos protegidos passa pela circulação e consumo não excludente dos mesmos. A legislação certamente precisa ser atualizada para dar conta das transformações em curso, mas a revisão não pode ser vista como um mecanismo de relaxamento da proteção da propriedade intelectual como se a proteção como fosse um mal e fosse responsável pelas restrições que a população tem para o acesso aos bens culturais.

Em relação à indústria de direitos de autor/criativa/cultural, é preciso considerar que:

1. A indústria cultural não deve ser tratada como uma instância isolada da economia, uma vez que é fortemente afetada pelo desenvolvimento tecnológico que ocorre nos demais setores da economia e cujo impacto é forte no processo de criação e apropriação da atividade cultural;
2. O marco regulatório não apenas voltado para a indústria cultural, afeta igualmente o processo de competição nessa indústria, como demonstra a migração de gigantes da indústria eletrônica na produção cultural, dada a sua capacidade de apropriação de inovações que impactam a criação e distribuição. A Sony é apenas um dos exemplos;
3. Conhecer como se entrelaçam os interesses e estratégias desses agentes econômicos fora da atividade central de criação cultural passa a ser central para a formulação de políticas culturais para os estados nacionais, especialmente aqueles que, como o Brasil, ainda não ditam a dinâmica inovativa que afetam a criação cultural;
4. Por fim, há que se registrar que essa é uma percepção de economistas que entram nessa discussão a partir do seu instrumental e viés profissional. O que se pretende é oferecer uma alternativa que amplie o leque de informações e análises para a formulação de políticas públicas setoriais, não impor o viés economicista
5. As discussões em torno da questão dos direitos de autor são sempre polêmicas, pois envolvem o acesso à informação e à cultura, ao mesmo tempo em que tratam dos incentivos econômicos aos indivíduos envolvidos na atividade criativa e às empresas que investiram nessas indústrias. Assim, diferentes disciplinas são chamadas a trabalhar com o tema, de forma transdisciplinar, como a Ciência da Informação, a Sociologia, o Direito e a Economia. Essa última pode ajudar as demais ao mensurar as atividades envolvidas e possuir instrumentos que permitem estimativas de impactos de alterações nas normas de funcionamento dessas atividades.

Artigo recebido em 23/07/11 e aprovado em 30/07/11.

Referências

BUAINAIN, Antonio Marcio (coord), CHUDNOVSKY, Daniel, LÓPEZ, Andrés, ABRAMOVSKY, Laura, SALLES FILHO, Sergio, CARVALHO, Sérgio M. Paulino de, VELASQUEZ, Alexis, MACHADO, Guilherme Cardoso K. V., YAMAMURA, Simone, PORTILLA, Belfor, ALCALÁ, Ramiro Rodriguez, STOLOVICH, Luis, LESCANO, Graciela, PESSANO, Rita. *Estudio sobre la importancia económica de las industrias y actividades protegidas por el derecho de autor y los derechos conexos en los países de MERCOSUR y Chile*. Chile: OMPI/Unicamp, 2002, v.1. p.309.

GANTCHEV. *Review of Economic Research on Copyright Issues*. (2004).

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). *IBGE investiga a cultura nos municípios brasileiros*. Comunicação Social do IBGE, Rio de Janeiro, 17 set. 2007. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/noticia_visualiza.php?id_noticia=980> Acesso em 06 ago. 2011.

MICHEL, J. *Direito de autor, direito de cópia e direito à informação: o ponto de vista e a ação das associações de profissionais da informação e da documentação*. Ciência da Informação, Brasília, DF, Brasil, 26, ago. 1997.

MINISTÉRIO DA CULTURA. *Principais mudanças propostas na modernização da legislação*. Junho, 2010. Disponível em: <<http://www.cultura.gov.br/site/2010/06/14/lei-do-direito-autoral/>> Acesso em: 17 ago. 2011.

MINISTÉRIO DA CULTURA. *Tabela comparativa das versões das propostas de revisão da Lei de Direito Autoral*, 2011. Disponível em: <http://www.cultura.gov.br/site/wp-content/uploads/2011/04/LDA_-tabela_-compara_verseos_PosGIPI.pdf> Acesso em: 17 ago. 2011.

WIPO. *Guide on Surveying the Economic Contribution of the Copyright – based industries*. Geneva, 2003.